الكتاب والأدباء الأردنيون والإشباعات المتحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية

Jordanian Writers Uses and Gratifications' of Traditional and Digital Media

إعداد الطالبة

منى أحمد المصري

بإشراف الأستاذ الدكتور

عصام سليمان الموسى

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام

كلية الإعلام

جامعة الشرق الأوسط

2010

تفويض

أنا الطالبة منى أحمد حرب المصري أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقيا وإلكترونيا للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند طلبها.

الاسم: منى أحمد المصري

التاريخ: 5 / 12 / 2010

التوقيع: منى المصري

قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها "   ".

وأجيزت بتاريخ: /   /2011 م

أعضاء لجنة المناقشة:

1. **الأستاذ الدكتور:..حميدة سميسم رئيساً للجنة المناقشة**
2. **الأستاذ الدكتور: عصام سليمان الموسى مشرفاً**
3. **الأستاذ الدكتور:علي نجادات عضوا خارجياً**

شكر و تقدير

قال الله عز وجل: " **وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ** " سورة الضحى / الآية 11

الحمد لله رب العالمين أن أنعم علينا بنعمة العقل، ويسر لنا طريق العلم والمعرفة والحمد لله أن منَ عليَ بإتمام هذه الرسالة التي كانت حلماً وأملاً لي...

عَن أبي الدَّرداءِ رَضِيَ اللهُ عنهُ قالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللهِ صلَّى اللهُ عليْه وسلَّمَ يَقُولُ:

" مَن سَلَكَ طَرِيْقاً يَبْتَغِي فِيْهِ عِلْماً سَهَّلَ اللهُ لهُ طَرِيْقاً إلى الجَنَّة وإنَّ المَلائِكَةَ لَتَضَعُ أجْنِحَتَهَا لِطَالِبِ العِلْمِ رِضاً بِما يَصْنَعُ وَ إنَّ العَالِمَ لَيَسْتَغفِرُ لهُ مَن في السَّمواتِ ومَن في الأرضِ حَتَّى الحِيْتَانُ في المَاءِ وفَضْلُ العَالِمِ عَلى العَابِدِ كَفَضلِ القَمَرِ على سَائِرِ الكَوَاكِبِ وإنَّ العُلَماءِ وَرَثَةُ الأنبِيْاءِ وإنَّ الأنبِيْاءَ لمْ يُوَرِثُوا دِيْناراً ولا دِرْهَماً وَ إنَّما وَرَّثُوا العِلْمَ فَمَنْ أَخَذَهُ أخَذَ بِحَظٍ وَافِرٍ"
رواه أبو داود والترمذي

اللهم اجعلنا ممن ذكرهم رسولك الكريم في حديثه الشريف

أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لأستاذي الفاضل **الأستاذ الدكتور عصام سليمان الموسى**

أولاً لعلمه، وثانياً لحلمه، وثالثاً لسعة صدره، ورابعاً لجهوده الطيبة في الأخذ بيدي وتشجيعي لإنهاء هذه الرسالة في الوقت المناسب والإشراف عليها.

كما أتقدم بالشكر لجميع أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الشرق الأوسط الذين لم يبخلوا علينا بعلمهم ووقتهم، وإلى الأستاذ الدكتور عبد الجبار البياتي على ماقدمه لي من نصح وتوجيه ساهم في تجويد دراستي، ولرئيس اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، وجميع من ساهم في تكوين هذه الرسالة من أعضاء الاتحاد.

الإهداء

يشرفني أن أهدي هذه الرسالة:

إلى، رجل فيه حنان بوسع الأرض، وشموخ بعظمة الجبال، **إلى أبي،** صاحب الفضل الأكبر في إتمامي لهذه الدراسة، وفي أن أصبح ما أنا عليه الآن.

وإلى، من جعل رب العزة الجنة تحت أقدامها، ومن تعجز كلماتي عن وصفها، **إلى أمي الغالية.**

وإلى، صديقتي وأختي، ومن تحملتني طوال فترة دراستي، وكانت المعين لي في العديد من المواقف، **أختي حنين.**

وإلى، جميع إخواني الذين كانوا مصدر عونٍ وسندٍ لي، طوال فترة دراستي.

وإلى، من علمني كيف نحلم وكيف نحقق الحلم، وكيف أن التواضع من شيم العظماء، إلى معلمي وأستاذي **الأستاذ الدكتور تيسير أبوعرجة،** أدامك الله لنا أباً ومعلماً وعالماً.

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الملاحق

الكتاب والأدباء الأردنيون والإشباعات المتحققة لهم من متابعة وسائل الإعلام التقليدية والرقمية

إعداد

منى أحمد حرب المصري

إشراف

الأستاذ الدكتور

عصام سليمان الموسى

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط وعادات تعرض الكتاب والأدباء الأردنيين لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، والإشباعات التي تحققها لهم متابعتهم لهذه الوسائل، ومعرفة مدى مساهمة الكتاب والأدباء في صناعة رسالة الثقافة الجماهيرية التي تبثها الوسائل الإعلامية.

وحتى تحقق الدراسة هذه الأهداف، قامت الباحثة بتصميم استبانة لاستخدامها أداة لجمع المعلومات التي تهدف هذه الدراسة لمعرفتها .

تكون مجتمع الدراسة من الكتاب والأدباء المنتسبين لاتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، وعددهم (243) عضواً منتسباً، أما عينة الدراسة فكانت (60) فرداً من مجتمع الدراسة بنسبة (25%) ، وتم تمثيل المجتمع بعينة عشوائية بسيطة.

وكانت أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة ما يلي:

- أكثر الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الكتاب والأدباء، هي الكتب و تليها الصحف اليومية، والتلفاز الفضائي.

- وفيما يخص عدد ساعات تعرض أفراد العينة للوسائل الإعلامية، فقد حصلت قراءة الكتب على أعلى نسبة تعرض، فأفراد العينة يطالعونها بمعدل (4–6) ساعات يومياً، وبعدها يأتي تصفح الإنترنت، بينما حصلت دور السينما على أكبر نسبة من الوسائل الإعلامية غير المتابعة إذ بلغت (77.2%) بين أفراد العينة.
- قناة (الجزيرة الفضائية الإخبارية) حصلت على أعلى نسبة تفضيل من قبل الكتاب والأدباء، إذ إن (70.0%) من أفراد العينة يفضلونها، وجاءت الفضائية الأردنية في الترتيب الثاني بنسبة (33.3%) من أفراد العينة، تلتها في الترتيب الثالث قناة العربية الإخبارية وحصلت على تفضيل (23.3%) من أفراد العينة.
- حصلت (إذاعة عمان) على أعلى نسبة تفضيل من أفراد العينة، تلتها إذاعة ال(بي بي سي) .
- جاءت صحيفتا (الدستور و الرأي) في ترتيب متقارب من حيث تفضيل العينة، بفارق طفيف لصالح صحيفة الدستور إذ جاءت في الترتيب الأول بنسبة (60%)، تلتها صحيفة الرأي التي يفضلها (56.7%) من أفراد العينة، وعلى صعيد الصحف الأسبوعية، فقد حصلت صحيفة الشاهد الأسبوعية على أعلى نسبة تفضيل وهي (16.7%) من أفراد العينة.
- تقدمت الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية بنسب مرتفعة، وكان دافع (متابعة الأخبار المحلية والعربية والدولية) من أهم دوافع متابعة الكتاب والأدباء للوسائل الإعلامية.
- حصلت الدوافع الطقوسية (تمضية وقت الفراغ) و(التسلية والترفيه) على أدنى متوسط حسابي.

- تبين من الدراسة أن كلاً من فقرة (ازدادت معرفتي ومعلوماتي) و (أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأحداث والأخبار الجارية) تعد من أهم الإشباعات التي تحققها الوسائل الإعلامية للكتاب والأدباء، بينما لم تتحقق الإشباعات في كل من فقرة (ساعدتني في زيادة تواصلي الاجتماعي) و (منحتني الراحة والاسترخاء).
- أظهرت الدراسة أن نسبة (65%) من أفراد العينة يشاركون في صناعة الرسالة الإعلامية، إما من خلال تقديمهم لبرامج إذاعية أو تلفزيونية، أو من خلال كتابتهم في الصحف والمجلات.

Jordanian Writers Uses and Gratifications' of Traditional and Digital Media

Prepared By
Muna Ahmad Al-Masri

Advisor
Prof.Dr. Issam Suleiman Al-Mousa

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the communication habits of Jordanian writers towards the traditional and digital media and the gratifications achieved. The study also aimed to know how much the writers had contributed in creating the mass culture presented by the media.

To achieve these purposes, the researcher had designed a questionnaire, which was used as a tool for collecting and gathering the needed information from the targeted group.

The target group consisted from writers who are members of the Jordanian Writers & Literatures Union while the study sample group consisted of 25% of the members of the target group and it was randomly selected.

The most significant findings of the study were the following:

- The most media used by writers are the books and daily newspapers then come satellite channels.
- With regard to the number of hours, that member of the study sample spent on media. were reading books, which had the highest rate of exposure, as members of the sample were exposed to a rate of (4-6) hours a day, and then come surfing the Internet, while cinemas got the largest proportion of the unwatched media's with 77.2% of the sample.
- Al-Jazeera satellite news channel has the highest percentage of preference by the writers, as (70.0%) of the sample group preferred, and Jordan satellite channel came in second rating (33.3%), followed in third place by Al-Arabiya News Channel and got preference (23.3%).
- Amman Radio got the highest percentage of preference of the Audio Media followed by BBC Radio.
- Al-Dustor daily newspaper got the first place in terms of readable Media and received the highest percentage of preference compared to other daily newspapers, followed by Al-Rai

newspaper favored by (56.7%) of the sample, and at the level of weekly newspapers the Witness weekly got highest rate of preference for a (16.7%) of the sample.

- Utilitarian motives ranked higher than ritual motives, the main motives or reasons for the sample to watch or follow-up the media is to be updated and to know the local news, Arab and international news. Ritual motives (spending times and entertainment) were at the lowest ranking.
- The study found that each of paragraph (my knowledge and my information increased) and (become more able to analyze events and current news) is one of the most important gratifications generated by the media for writers.
- The study showed that (65%) of the study sample group are involved in the creation of the media message, either by working as TV & Radio presenter, or through writing in newspapers and magazines.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

تمهيد

الثقافة هي عماد المجتمعات وأساس تطورها ورقيها، وتعد الثقافة أهم ما يميز المجتمعات الإنسانية، ويبرز هويتها، وقيمها، وعاداتها، وتقاليدها. وقد اجتهد العديد من الباحثين في تعريف الثقافة، وتحديد مفهومها، إذ قال الباحث حسن (2007 : ص34) أن " مفهوم الثقافة يشمل كل نتاج إنساني من وسائل الإنتاج البدائية إلى الأدب والفن والميثولوجيا والدين والأخلاق وجميع مظاهر الحياة الاجتماعية من لباس وسكن وطعام وشراب وآداب المائدة وغير ذلك من المظاهر المادية، وكذلك طقوس ومظاهر التعبير والتواصل الإنساني". وعرفتها اليونسكو بأنها " مجمل السمات المميزة، الروحية والمادية والفكرية والعاطفية، التي يتصف بها مجتمع أو مجموعة اجتماعية، وعلى أنها تشمل إلى جانب الفنون والآداب - طرائق الحياة، وأساليب العيش معاً، ونُظُم القيم، والتقاليد، والمعتقدات " (http://www.Arabesques-editions.com) .

الثقافة، كما بين الباحثون، هي أسلوب حياة وعادات وتقاليد ومفاهيم تشكلت من قبل الأفراد وتوارثتها الأجيال. وهنا تظهر أهمية الدور الذي تقوم به الثقافة في تشكيل سلوك الأفراد والجماعات. وبناءا على هذا الدور فقد أصبحت الثقافة هي " المدخل الأمثل لإحداث تغيير ذاتي (طوعي) أساسي في نفس الإنسان وفي عقله ومن ثم في سلوكه وصولاً إلى تحقيق التغيير المطلوب في سلوك الجماعات " (منصور،2004: ص41). وعندما نتحدث عن دور الثقافة وأهميتها في المجتمع، فإن الحديث يكون عن أعلام هذه الثقافة ومنتجيها، وعن الفئة المثقفة التي تنتج الثقافة بأنواعها المختلفة، فالفئة المثقفة

هي الفئة التي تعبر عن ثقافة مجتمعها وترتقي بها وتطورها، وكما قال الباحث جرار(2003: ص 16) إن " المثقف شخص يمتلك معرفة واسعة يترجمها إلى سلوك وممارسة تهدف إلى التغيير والتطوير وخدمة المجتمع، ولذلك لابد أن يكون في سلوكه ممثلاً ونموذجاً للناس، ولابد أن يكون صاحب رؤية وموقف من الأمور تميزه عن غير المثقف".

وعند الحديث عن الثقافة يجب ذكر أنواعها، فقد حدد الموسى (2002 : ص 31-33) أربعة أنواع للثقافة هي : الثقافة الرفيعة، وتعرف بأنها: " ثقافة الصفوة التي تبدعها الموهبة الخلاقة لرواد الفكر والأدب والفنون " وثقافة المأثورات والفنون الشعبية، وهي : " ثقافة الموهبة الطبيعية للفنان الذي ينتمي إلى الفئات الشعبية، وينبثق عنها، ويعبر عن أحاسيسها بالغناء والرقص والرسوم الشعبية"، والثقافة الشعبية، وهي: " الثقافة المستمدة من ثقافة المأثورات والفنون الشعبية، والتي تأثرت نتيجة استعمال التقنية وإدخالها عليها"، وأخيراً الثقافة الجماهيرية، وهي : " الثقافة التي تقدمها وسائل الاتصال (الصحف والمجلات والكتب الشعبية والإذاعة والتلفاز، والسينما) إلى جمهرة المتلقين ، وتشمل الثقافة الجماهيرية إذاً البرامج الإذاعية والتلفازية والسينمائية والموضوعات الصحفية والمواد الخفيفة التي تنتج بهدف تسويقها إلى الجماهير الغفيرة، فهي سلع مصنعة تسعى قدر الإمكان إلى إرضاء الجمهور المتلقي لرسائل الاتصال الجماهيري ووسائله ".

يظهر هذا الدور الريادي الذي تقوم به الفئة المثقفة في المجتمع أهمية هذه الفئة. فهي تتمتع بمستوى ثقافي مرتفع، ورأي ناقد ومؤثر، وقدرة على التواصل مع جميع طبقات المجتمع من خلال ما تنتجه من الثقافة النخبوية والثقافة الجماهيرية. كما تعد الفئة المثقفة هي المنتج الأول للثقافة والفكر في أي مجتمع، فهي تضم مبدعين ومفكرين في مجالات مختلفة ساهموا في الرقي بمجتمعاتهم من خلال انتاجهم الفكري، فكان لهم دور ريادي في تنمية مجتمعاتهم والمساهمة في نشر العلم والمعرفة فيها. ولا غرو بعد ذلك أن يرى أحد الباحثين أن المثقفين " هم أولئك الأفراد الذين يؤثرون تأثيراً كبيراً في المؤسسات

الاجتماعية الأساسية التي تقوم بالتأهيل الاجتماعي والسيطرة على الطبيعة، والضبط الاجتماعي،....، فهم أفراد ذوو دور أساسي في إعادة تشكيل المؤسسات الأساسية " (بيومي، 2004 : ص 95).

وبالرغم من هذا الدور الريادي الذي يقوم به المثقف في المجتمع، إلا أن التطور السريع الذي عاشته المجتمعات بشكل عام، والمجتمع الأردني بشكل خاص، غير الكثير من ملامح هذا الدور ومن قدرة الفئة المثقفة على التأثير في مجتمعاتها. فبعد أن أصبح هذا العصر عصر الاندماج بين التكنولوجيا الرقمية والوسائل الإعلامية، وفي ظل هذا الحراك الإعلامي الذي يشهده المجتمع الأردني، أصبح هناك عنصر آخر مؤثر على الجمهور والمجتمع هو الوسائل الإعلامية. وحول تأثير هذه الاندماج على المجتمعات يقول الباحث حسن(2007 : ص 54) " لعله أمر أكيد أن ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال قد أثرت وستؤثر في المستقبل بشكل أسرع وأكبر في حياتنا وحياة الأجيال القادمة، وهي اليوم من أهم العوامل التي تعيد تشكيل خياراتنا وثقافتنا وأذواقنا وسلوكنا على المستوى العام والفردي" ، وهذا يدل على قدرة وسائل الاتصال على التأثير في مجتمعاتها، وعلى أهمية الدور الذي تؤديه هذه الوسائل في ثقافتنا.

وقد عد أحد الباحثين، من خلال دراسته للنخبة المثقفة وعلاقتها بوسائل الاتصال، أن هذا التطور في وسائل الاتصال، أفرز علاقة جديدة بين النخبة وهذه الوسائل وصفها " بالعلاقة التبادلية "، إذ اعتبر أن هذه العلاقة ذات شقين، ففي الشق الأول يبرز " دور وسائل الاعلام في حياة الصفوة باعتبارها إحدى قنوات الحصول على المعلومات والتثقيف والترفيه، أما الشق الثاني فيتعلق بتأثير الصفوة في وسائل الاعلام باعتبارها مصدراً مهما ومحورا من محاور الأخبار و أحد الروافد الأساسية لإثرائها فكرياً "(البنا و فرج ، 2008 : ص 82) .

وقد اهتم العديد من الباحثين بدراسة دور وسائل الاتصال في المجتمع، وكيف تؤثر هذه الوسائل على فئات المجتمع المختلفة ومن بينها الفئة المثقفة، ذلك أن هذه الفئة ليست بمعزل عن تأثير وسائل

الاتصال والثورة الرقمية. وكما تؤثر هذه الفئة في الجمهور، فهي ولا شك تتأثر بوسائل الاتصال وما تقدمه هذه الوسائل من رسائل مختلفة، إذ أصبحت هذه الوسائل ذات تأثير كبير على جميع أفراد المجتمع ، وربما تكون صاحبة التأثير الأقوى على تفكيرهم وسلوكهم واتجاهاتهم. ولهذا فإنه يبدو مفيداً دراسة مدى تأثير هذه الوسائل على الفئة المثقفة، ومعرفة اتجاهاتها وآرائها فيما يخص وسائل الاتصال، بوصفها فئة تتمع برأي ناقد، وقدرة أكبر على التحليل والتقييم (عبد الجواد،2006: ص 220) و(سليم، 2008 : ص 3).

يثير هذا الحديث عن تأثير الصفوة في وسائل الاعلام واعتبارها أحد مصادرها للحصول على المعلومات وعلى المواد الأدبية والثقافية، ضرورة الحديث عن الثقافة الجماهيرية التي تبثها وسائل الاتصال، والتي قد تكون الفئة المثقفة من أهم منتجيها، حيث إن انتاج هذه الفئة الأدبي والفكري لا يقتصر على الإنتاج النخبوي فقط، بل أنها تنتج العديد من مواد الثقافة الجماهيرية، التي تبث للجماهير من خلال وسائل الاتصال الجماهيري، (حسن،2007 : ص 73). فالكثير من أهم الروايات والقصص العربية والعالمية قد حولت لنصوص درامية، وتم بثها من خلال وسائل الاتصال الجماهيري كأفلام سنيمائية، أو مسلسلات تلفزيونية، أو مسلسلات إذاعية. وهذا يدل على أن هناك مساهمة من قبل الفئة المثقفة في انتاج الثقافة الجماهيرية.

لكن بالرغم من مشاركة الفئة المثقفة في صنع الثقافة الجماهيرية هذه إلا أن هناك من أبدوا " خوفهم من أن يؤول الأمر مع وسائل الإعلام وثقافتها الجماهيرية إلى تنحية الثقافة التقليدية (الكلاسيكية) العرقية والرفيعة، ثقافة الكتاب والمحاضرة والمطبوعات العالمية البارزة. ويصبح الإنسان تحت رحمة ما هو آني وعابر من الرؤى والصور والإعلان، وألعوبة في مهب الثقافة الاستهلاكية. ويرى أحد الباحثين (حسن،2007 : ص 77–78) " أن ثقافة النخبة والثقافة القائمة على الكتب والمطبوعات تتلاشى، وتقل

قيمتها في المجتمع، مقابل مفاهيم وأنماط الثقافة الاستهلاكية، التي تروج لها وسائل الاتصال. كما يرون أن الصورة الثقافية التقليدية قد تغيرت و" انقضى ذلك الزمن الذي كان فيه الكتاب والمحاضرة والأدب هي أداة الاتصال الثقافي الرفيعة المعتبرة وحلت محلها صورة أو لوحة ثقافية تشكيلية أخرى لم يعد فيها الفلاسفة والأدباء والعلماء ومنتجو الفكر الرفيع قادة الثقافة " .

يبدو جلياً مما سبق خشية الباحثين من تدني في مستوى الثقافة الجماهيرية، وفي المضامين الثقافية والاجتماعية التي تبثها الوسائل الإعلامية، كما يبدو واضحاً الخشية من تهميش أو تنحية الثقافة التقليدية ورواد هذه الثقافة عن وسائل الاتصال الجماهيري، ومن ثم عن المجتمع. والأردن، مثل بقية دول العالم، يواجه هذه المشكلة، فقد ذكر رئيس رابطة الكتاب الأردنيين الاستاذ سعود قبيلات مؤخرا في مقال له أنه ورغم النشاط والحراك السياسي والاجتماعي الذي يشهده الأردن، وفي ظل " تفاعل القوى والمصالح والتيارات المختلفة، يُلاحظ الغياب المدوي والمؤسف لشريحة أساسية من شرائح المجتمع، ألا وهي شريحة المثقفين"، ويرى قيبلات أن للمثقف والثقافة دوراً ريادياً يجب أن يقوموا به لا يقتصر على الإنتاج الفكري والأدبي، بل يتعدى ذلك للمشاركة الفعلية في الشؤون العامة للمجتمع (صحيفة الرأي، الملحق الثقافي، 14 أيار 2010: ص3).

وبعد جميع ما ذكر سابقاً، تظهر أهمية البحث في علاقة الفئة المثقفة الأردنية، والكتاب والأدباء الأردنيين خاصة، بوصفهم جزءاً من هذه الفئة، بالوسائل الإعلامية سواء التقليدية أو الرقمية، ومدى متابعتهم لهذه الوسائل، ومدى مساهمتهم في صنع رسائلها. وكما ذكر سابقاً فهذه الفئة هي فئة مبدعة وذات تفكير ناقد، وقد تكون ذات تأثير على الوسائل الإعلامية، وعلى تفكير الناس وأخلاقهم وسلوكياتهم. لذا فإنه من المفيد أن نتبين دور هذه الفئة في حياة الجمهور، وأن نتعرف على دوافع تعرض الكتاب والأدباء للوسائل الإعلامية، وهل استفادت هذه الفئة من تطور الوسائل الإعلامية؟ وكيف

يقيم الكتاب والأدباء الوضع الراهن للإعلام الأردني والعربي بشكل عام، ومدى مساهمتهم في صناعة الرسالة الإعلامية .

مشكلة الدراسة

تتحدد مشكلة هذه الدراسة في البحث في علاقة فئة الكتاب والأدباء، وهي أحد الفئات المثقفة في الأردن، بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ومعرفة مدى تفاعلهم معها. كما وتبحث في دوافع تعرض الكتاب والأدباء لوسائل الإعلام الرقمية والتقليدية، وما الإشباعات التي تحققها لهم هذه الوسائل؟ وهل استفادت هذه الفئة من وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية ومن المضامين التي تقدمها، في تطوير قدراتها، وزيادة تأثيرها على مجتمعها؟ وهل وجد الكتاب والأدباء الأردنيون تنوعاً في المناخ الإعلامي، والمضامين الإعلامية استفادوا منه، وأثر على نظرتهم للأمور؟ كما تبحث الدراسة في مساهمتهم وإنتاجهم الإبداعي، سواء النخبوي أو الإعلامي ودورهم في صناعة الرسالة الإعلامية ؟ هذه الأسئلة وغيرها ستساعد في زيادة معرفتنا بشريحة مهمة من شرائح المجتمع التي لم يسبق دراستها من قبل.

أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن الاسئلة الرئيسية التالية :

ما العادات الاتصالية للكتاب والأدباء الأردنيين؟

ما دوافع تعرض الكتاب والأدباء الأردنيين لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية؟

ما الإشباعات التي تتحقق لهم من متابعتهم لهذه الوسائل؟

ما مدى مساهمتهم في صناعة الرسالة الإعلامية ؟

وينبثق عن هذه الاسئلة الرئيسية، الاسئلة الفرعية التالية :

1. ما وسائل الاتصال التي يتعرض لها الكتاب والأدباء الأردنيون ؟

2. ما الوسائل الإعلامية التي يفضلها الكتاب والأدباء الأردنيون لمتابعة المضامين الإخبارية؟

3. ما دوافع (نفعية – طقوسية) تعرض الكتاب والأدباء لوسائل الإعلام ؟

4. هل تحتل وسائل الإعلام الرقمية عند الكتاب والأدباء موقعاً متقدماً بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية ؟

5. ما اتجاهات الكتاب والأدباء إزاء ازدياد أعداد هذه الوسائل في الأردن وخارجه؟

6. ما الإشباعات التي يحصل الكتاب والأدباء عليها من متابعة وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية ؟

7. ما مدى مساهمة الكتاب والأدباء في صناعة رسالة الثقافة الجماهيرية التي تبث عبر الوسائل الإعلامية ؟

8. هل توجد فروق في عادات الكتاب والأدباء الأردنيين الاتصالية تعزى لخصائصهم الديمغرافية ؟

هدف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد علاقة الكتاب والأدباء الأردنيين بالواقع الإعلامي الرقمي والتقليدي الذي يعايشونه، وأثر التطور الإعلامي عليهم، ممثلين باتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين. ويمكن تلخيص أهداف هذه الدراسة بما يلي :

1. قياس مدى متابعة الكتاب والأدباء الأردنيين لوسائل الإعلام الرقمية والتقليدية.
2. التعرف على الدوافع (النفعية والطقوسية) التي تحكم تعرض الكتاب والأدباء لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية.

3. معرفة آراء الكتاب والأدباء فيما إذا كان هذا التزايد المستمر في أعداد الوسائل الإعلامية الرقمية يظهر تنوعاً في الآراء والمضامين المطروحة.

4. بيان مدى تفضيل الكتاب والأدباء لوسائل الإعلام الرقمية على وسائل الإعلام التقليدية في الحصول على المعلومات والأخبار.

5. معرفة تأثير هذه الوسائل على جمهور الكتاب والأدباء وعلى متابعتهم لوسائل الإعلام العربية والأجنبية المعروفة.

6. التعرف على الإشباعات التي تحققها متابعة الوسائل الإعلامية للكتاب والأدباء، ودرجة تحقق هذه الإشباعات.

7. التعرف على مدى مساهمة الكتاب والأدباء في صناعة الرسالة الإعلامية.

8. التعرف على تأثير المتغيرات الديموغرافية على أسئلة الدراسة.

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها عبر ما تقوم به من دراسة علاقة الكتاب والأدباء الأردنيون بوسائل الإعلام الرقمية والتقليدية، ومعرفة عاداتهم الاتصالية والإشباعات التي تحققها لهم متابعتهم لهذه الوسائل. وتساعد هذه الدراسة في إلقاء الضوء على فئة مهمة من فئات المجتمع وهي فئة الكتاب والأدباء الأردنيين، والتي تمثل شريحة مهمة من الفئة المثقفة الأردنية، والتي لها دور مهم في بناء المجتمع . وتعد هذه الدراسة حسب علم الباحثة من أولى الدراسات التي تبحث في فئة الكتاب والأدباء الأردنيين، وتدرس علاقتها بوسائل الإعلام الرقمية والتقليدية، وعاداتها الاتصالية، وكيف تأثرت هذه الفئة بالواقع الإعلامي الذي تعيشه، ومدى مساهمة هذه الفئة في صنع الرسالة الإعلامية عبر وسائل الإعلام الرقمية والتقليدية.

تعريف المصطلحات

تم اقتباس مجموعة من التعريفات لتوضيح المقصود ببعض المصطلحات الواردة في هذه الدراسة، وتم اعتبار هذه التعريفات تعاريفاً إجرائية بوصفها وضحت وبشكل دقيق المقصود بهذه المصطلحات وفق ما تقتضيه الدراسة.

الدوافع: وعرفها المعجم الإعلامي بأنها: " الرغبات أو المشوقات والحوافز والمثيرات نحو موقف أو نشاط معين، وتظهر أهميتها في عملية الاتصال وتقسم الدوافع إلى :

دوافع فردية، ودوافع ثانوية، ودوافع اجتماعية، ودوافع لاشعورية " (الفار، 2006 : ص 174).

وقد حدد روبن (كما ورد في كتاب إسماعيل) أنواعها بأنها " دوافع نفعية، ودوافع طقوسية : فالمشاهدة النفعية هي التي تتم لتحقق هدفاً معيناً، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية" (إسماعيل، 1998: ص 256).

الاتجاه: عرفه فاخر عاقل (كما ورد في الموسى) بأنه " نزعة الانسان للاستجابة إلى حادث أو فكرة أو قضية معينة بطريقة محددة سلفاً، قد تكون إيجابية مؤيدة، أو سلبية معارضة، أو محايدة " (الموسى، 2009 : ص 223).

التأثير : "هو بعض التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة كفرد وينحصر التأثير في نواح ثلاثة هي : الناحية الذهنية، و الناحية الوجدانية، والناحية السلوكية " (الفار، 2006: ص 351).

الإشباعات : " هي حاجات ملحة تنوب الفرد لسد نقص إما داخلي وإما خارجي، وتقسم الإشباعات إلى :

الإشباع الداخلي : يشمل إشباع الفرد للحاجات البيولوجية والفسيولوجية.

الإشباع الخارجي : وهي جميع مستلزمات الفرد وتختلف من فرد لآخر باختلاف الفروق الفردية في إشباع الفرد لحاجاته ومكان إقامة الفرد وطبيعة مجتمعه" (http://www.multka.net).

الإعلام الرقمي : وهو وسائل الإعلام الرقمية التي انتجتها الثورة الرقمية واعتمدت على الأقمار الصناعية والتكنولوجيا الحديثة مع بداية ثمانينيات القرن الماضي، وهي الإنترنت ووسائل الإعلام الإلكترونية والقنوات الفضائية، وقد سماها بعض الباحثين وسائل الإعلام الحديثة أو الجديدة، وفي هذه الدراسة أشير إليها بوسائل الإعلام الرقمية، حيث عرفتها الباحثة النمر(2007: ص240) بأنها: " الوسائل التي تعتمد على استخدام تكنولوجيا البث الفضائي، وتكنولوجيا الاتصال متعددة الوسائط وتكنولوجيا الاتصال التفاعلي بتطبيقاتها المختلفة، وفي مقدمتها شبكة الإنترنت والقنوات الفضائية ".

وسائل الإعلام التقليدية : يقصد بها في هذه الدراسة الوسائل الاعلامية الأقدم التي ظهرت منذ ظهور الطباعة والتلغراف واللاسلكي، وهي الكتب والصحف سواء اليومية أو الأسبوعية والمجلات والمحطات الإذاعية، والتلفزيون.

تكنولوجيا الاتصال : هي " الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها " (الفار، 2006: ص102).

الثقافة : عرفها طيب تيزيني في إحدى الندوات التي شارك فيها، بأنها " النشاط والإنتاج الفكري والروحي الذي ينجزه أناس متميزون لكونهم نشيطين ومنتجين في هذا الحقل, إنهم المثقفون" (الثقافة والمثقف في الوطن العربي، 1992: ص 300).

ويعرف المعجم الإعلامي الثقافة بأنها : " القيم والمعايير والعادات والأفكار التي يشترك فيها الناس وتحدد سلوكهم وتتكون من الجانب المعنوي والفكري والمادي" (الفار، 2006: ص 124).

المثقف : يعرفه الحمد(2003 : ص 163) بأنه " ذلك الشخص القادر على فهم حركة المجتمع من حوله، أو الذي يحاول فهم هذه الحركة، ومن ثم اتخاذ موقف فكري أو ذهني منها قد يكون أساساً لبناء مشروع حول طبيعة هذه الحركة ومستقبلها".

حدود الدراسة

تنحصر حدود هذ البحث في دراسة استخدام الكتاب والأدباء الأردنيين المنتسبين لاإتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، لوسائل الإعلام الرقمية المتمثلة في الإنترنت، والمواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، والقنوات التلفزيونية الفضائية، ووسائل الإعلام التقليدية، ممثلةً بالصحافة المطبوعة والقنوات الإذاعية. وتقتصر هذه الدراسة على اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، ومقره مدينة عمان، ويمثل المجتمع المثقفين الأردنيين . وتم توزيع استمارة هذه الدراسة، وجمع آراء أفراد العينة خلال الفترة من تموز 2010 إلى أيلول 2010.

محددات الدراسة

من العوامل التي قد تحد من تعميم نتائج هذه الدراسة على جميع أفراد النخبة المثقفة في الأردن، أن عينة هذه الدراسة هم أعضاء اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين فقط ، وأن أغلب أفراد العينة من المقيمين في مدينة عمان، وأن نسبة قليلة من أفراد العينة هم من المقيمين خارج عمان، في محافظات أخرى مثل الزرقاء وإربد والمفرق. لكن هذا لا يعني عدم إمكانية تعميم نتائج هذه الدراسة على النخبة المثقفة الأردنية فهذه الفئة تشترك في العديد من الصفات وتعايش واقعاً اجتماعياً وإعلامياً واحداً حتى وإن اختلف مكان الإقامة.

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

سيتم في هذا الفصل مناقشة النظريات التي تقوم عليها هذه الدراسة ، إذ إن هذه الدراسة تعتمد في إطارها النظري على مدخلين نظريين يمكن من خلالهما تحديد مشكلتها وتفسير نتائجها، وهما نظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. كما سيتم مراجعة بعض الدراسات السابقة التي بحثت في علاقة النخبة المثقفة بوسائل الإعلام، والدراسات التي اعتمدت على نظرية الاستخدامات والإشباعات، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في إطارها النظري.

1. نظرية الاستخدامات والإشباعات[1]

تقوم هذه النظرية على الأفكار التالية:

نظرية الاستخدامات والإشباعات: أوضح دينيس ماكويل (كما ورد في الطرابيشي والسيد، 2006 : ص 241) في مناقشته لنظرية الاستخدامات والإشباعات أن أهم ما تقوم عليه هذه النظرية هو" الخلفية الاجتماعية للفرد وطبيعة التجربة الاتصالية لديه ودرجة توقعاته مسبقاً " بين الإشباعات المتوقعة وبين الإشباعات التي لم تتحقق نتيجة استخدام وسائل الاتصال.

[1] تختلف تسميات الباحثين بشأن مصطلح النظرية ، المدخل ، المنظور، نموذج، فقد سماها :
"الموسى،203:2009ص" "منظور" "نظرية"
"الطرابيشي والسيد،2006،ص 242" "نظرية"
وتسميها بعض الدراسات الأجنبية والعربية مدخل أو نظرية "Theory" "Robrt LaRose,2004:page 358"
وقد فرق الباحث إسماعيل بين النظرية والنموذج حيث قال " النظرية تأخذ في الحسبان طبيعة العلاقة والتفاعل بين المتغيرات" والنظرية هي: "قالب فكري منظم يبدأ بمجموعة من التخيلات العقلية(فروض علمية) تقوم بربط مجموعة من المتغيرات تعين الباحث على تفسير العلاقة بين هذه المتغيرات تفسيراً منهجياً"(إسماعيل،1998:ص 243)

وتركز نظرية الاستخدامات والإشباعات على الأهداف التالية، كما وردت في كتاب (الطرابيشي والسيد، 2006: ص 242) :

1. " تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم".

2. التعرف على دوافع وأنماط وخصائص تعرض الجمهور لوسائل الإعلام.

3. " معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل".

وتقوم نظرية الاستخدامات والإشباعات على مجموعة من الفروض (الطرابيشي والسيد، 2006 : ص 236 و بركات، 2004 : ص 112) هي:

1. الجمهور المستخدم للوسائل الإعلامية هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

2. يختار الفرد الوسيلة الإعلامية التي تلبي احتياجاته، وذلك يؤكد وجود علاقة بين إشباع حاجة معينة واختيار الفرد وسائل إعلامية معينة.

3. تتنافس الوسائل الإعلامية مع المصادر الأخرى لإشباع حاجات الأفراد، وهذا ما عبر عنه كلاير بتأثيرات العوامل الوسيطة.

وقد صنف روبن (كما ورد في إسماعيل، 1998: ص 256) دوافع تعرض الفرد للوسائل الإعلامية إلى :

" دوافع نفعية، ودوافع طقوسية، فالمشاهدة النفعية هي التي تتم لتحقق هدفاً معيناً، أما المشاهدة الطقوسية فتتم كعادة أو لأسباب تحويلية هروبية".

وصنفت دراسات الاتصال دوافع تعرض الأفراد للوسائل الإعلامية على النحو التالي (بركات، 2004 : ص113) :

أ - دوافع نفعية : وهي التي " تستهدف التعرف على الذات واكتساب المعرفة والمعلومات والخبرات وجميع أشكال التعلم".

ب - دوافع طقوسية : وهي التي " تستهدف تمضية الوقت والاسترخاء والصداقة والألفة مع الوسيلة الإعلامية والهروب من المشكلات".

ويبين إسماعيل أن " لورانس ووينر" قد قدم نموذجاً يوضح الإشباعات التي تتحقق للجمهور من متابعة الوسائل الإعلامية وهي :

" الإشباعات الناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام وهي إشباعات المحتوى"

" الإشباعات الناتجة عن عملية الاتصال نفسها واختيار وسيلة إعلامية معينة "(1998: ص 256).

وفي ضوء هذه النظرية ، تم تحديد مشكلة البحث في التعرف على استخدامات المثقف الأردني لوسائل الإعلام الرقمية والإشباعات المتحققة له من هذا الاستخدام. وحتى تكتمل أهداف هذا البحث، الذي يحاول رصد مدى اعتماد أفراد العينة على وسائل الإعلام، وكيفية تعاملهم مع هذه الوسائل، تعتمد هذه الدراسة على نظرية أخرى من نظريات الاتصال المفسرة لعلاقة الجمهور بوسائل الإعلام، وهي نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. ويرى الموسى أن هناك علاقة قوية تربط بين هذه النظرية ونظرية الاستخدامات والإشباعات، فنظرية الاعتماد تبين أن الجمهور " يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبي حاجاته وتساعده في تحقيق هذه الاحتياجات" (2009 : ص 204). يوضح هذا ما ذكر سابقاً عن الاحتياجات النفسية والاجتماعية التي تولد عند الناس دافعاً

لمتابعة الوسائل الإعلامية، وهذا محور ما تناقشه نظرية الاستخدامات والإشباعات وهنا يظهر الارتباط بين النظريتين.

2. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

تنسب هذه النظرية إلى ميلفين ديفلير وساندرا روكيتش، وقد كانت البدايات الأولى لظهورها عام 1974. وتهتم هذه النظرية برصد ودراسة التأثيرات المختلفة لوسائل الإعلام على كل من الفرد والمجتمع. ويمكن تلخيص مفهوم هذه النظرية في العبارة التالية :" أن قدرة وسائل الإعلام على تحقيق قدر أكبر من التأثير المعرفي والعاطفي والسلوكي سوف يزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظائف نقل المعلومات بشكل متميز مكثف" (الطرابيشي والسيد، 2006: ص 121). وقد رصد الباحثان ديفلير و روكيتش مجموعة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي (مكاوي، والسيد،2007: ص 325) :

أ - الآثار المعرفية.

ب - الآثار الوجدانية.

ت - الآثار السلوكية.

وتقوم نظرية الاعتماد على ركيزتين أساسيتين ، حددهما مكاوي والسيد (2007: ص 314-315) وهما:

1. الأهداف: " لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات المختلفة أهدافهم الشخصية والاجتماعية، فإن عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، والعكس صحيح ".

2. المصـادر: " يسـعى الأفراد والمنظمـات إلـى المصـادر المختلفـة التـي تحقـق أهدافهم، وتعـد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسـائل الإعـلام فـي ثلاثـة أنـواع مـن المصـادر" وهـذه المصـادر هـي (مكـاوي، السـيد، 2007:ص 315):

المصدر الأول: " هو جمع المعلومات" مثل المعلومات التي يجمعها المراسل الصحفي أو المعلومات التي يقدمها المؤلف أو الكاتب عن الأحداث المختلفة.

المصدر الثاني: " هو تنسيق المعلومات، ويشير إلى تنقيح المعلومات التي تم جمعها بالزيادة أو النقصان، لكي تخرج بصورة مناسبة في شكل قصة صحفية أو برنامج إذاعي".

المصدر الثالث: " هو نشر المعلومات أو القدرة على توزيعها إلى جمهور غير محدود".

لقد استخدمت العديد من الدراسات السابقة مدخل الاستخدامات والإشباعات حتى تبين استخدام جمهور معين للوسائل الإعلامية ، أو لوسيلة معينة ، وبيان ما الإشباعات المتحققة عند الجمهور من استخدامه لهذه الوسيلة. كما استخدمت العديد من الدراسات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حتى تختبر مدى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ومعرفة العلاقة بين اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام، ورغبة الجمهور في الحصول على المعلومات، وعلاقة ذلك بمجموعة من خصائص وسمات الجمهور، هذا الامر سيظهر لدى مراجعتنا للدراسات السابقة .

الدراسات السابقة

سيهتم هذا القسم من الدراسة بمراجعة بعض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث. وبعض هذه الدراسات، يبحث بالصفوة العربية، والمثقفين العرب، وعلاقتهم بالوسائل الإعلامية، والجزء الآخر منها يتعلق بنظريتي الاستخدامات والإشباعات، والاعتماد على وسائل الإعلام، وهما النظريتان اللتان يقوم هذا البحث عليهما. وهذه الدراسات هي :

- **الدراسات المتعلقة بالصفوة العربية والمثقفين العرب :**

1. دراسة مصطفى (2003)

وهي بعنوان " مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر: دراسة حالة للتغطية الإعلامية للحرب على العراق". وقد تحددت مشكلة هذه الدراسة في استطلاع رأي النخبة المصرية حول مصداقية وسائل الإعلام من خلال مدى التزام هذه الوسائل بمعايير وعناصر المصداقية من موضوعية ودقة وثقة ونزاهة في التغطية. وقد عرف الباحث النخبة بأنهم " الأفراد الذين يمثلون التيارات القائدة في المجتمع سياسياً وفكرياً وعلمياً ويحتلون مواقع قيادية في هذه المجالات، بالإضافة إلى الخبراء وأساتذة الجامعات والقيادات الحزبية والأعضاء في المجلس التشريعي". وعرف المصداقية بأنها " الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقويم مدى مصداقية المادة الإعلامية ". وتنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية، وقد اعتمدت على منهج المسح بشقيه الوصفي والتفسيري، وتم استخدام أسلوب المسح الميداني من خلال صحيفة استقصاء على عينة من النخبة المصرية. وقد شملت عينة البحث (100) مفردة من النخبة المصرية. وتم جمع البيانات من خلال استخدام استمارة استبيان. ومن أهم نتائج هذه الدراسة، أن أكثر من نصف العينة (62%) ترى أن التقارير الإخبارية أو التغطية

الإخبارية لوسائل الإعلام تتصف بعدم الدقة في المعلومات مما يؤدي إلى التعارض في البيانات التي تقدمها، وقد احتلت أخبار الصراعات والحروب المرتبة الأولى بنسبة (11,1%) من حيث وجود تناقض فيما يبث عنها، وكانت أهم الوسائل الاعلامية التي تعتمد عليها العينة للحصول على أخبار القضايا الخارجية التلفزيون فقد احتل المرتبة الأولى (57,1%) ، كما احتلت الصحف الأجنبية المرتبة الأولى بنسبة (46،4%) لدى العينة في متابعتها للقضايا السياسية وخاصة الصراع العربي الإسرائيلي، وتراجعت أهمية الشبكات الإذاعية الدولية للمرتبة الثالثة والرابعة عند العينة بنسبة (13،1%) (8،3%) على التوالي.

2. دراسة عبد الجواد (2006)

وهي بعنوان "علاقة الصفوة العربية بالحاسب الآلي واستخدام الإنترنت"، وقد حدد الباحث مشكلة الدراسة في تعامل الصفوة المثقفة مع الإنترنت وعلاقتها باستخدام وسائل الإعلام الإلكترونية، كما بحث علاقة الجنسيات العربية المختلفة بالإنترنت. وقد عرف الباحث الصفوة بأنهم "جماعة من الناس تشغل مكاناً مرموقاً في المجتمع، ويفضل علماء الاجتماع العرب استخدام كلمة " الصفوة " التي أصبحت أكثر شيوعاً من كلمة " النخبة "، وينظر إلى النخبة على أنها ركائز مجتمعية بمعنى كونها القيادات المؤثرة داخل قطاعات المجتمع". ويتفق هذا التعريف مع مفهوم النخبة الذي تقوم عليه دراستنا، وتظهر هذه الدراسة أهمية النخبة المثقفة في المجتمع ودورها القيادي الذي يحتم على الباحثين في الحقول الإعلامية والثقافية دراسة هذه الفئة وعلاقتها بالتطور والانفتاح الذي تعاصره مجتمعاتها. وتنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد استخدم الباحث منهج المسح عن طريق العينة كما واستخدم الاستبيان أداة للبحث عن طريق المقابلة. وتم اختيار عينة البحث من أعضاء هيئة التدريس من الجاليات العربية المختلفة الذين يعملون في جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا بدولة الإمارات العربية المتحدة بفروعها. وقد أجريت الدراسة بنظام المسح الشامل وبلغ إجمالي العينة

(105) عضو هيئة تدريس منهم (60) عضواً في مقر أبو ظبي، و(45) عضواً في مقر العين. وكانت أهم نتائج الدراسة فيما يخص متابعة الصفوة لوسائل الإعلام الإلكترونية، أن (34,25%) من أفراد العينة يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونية وأهمها الصحف الإلكترونية، تليها بنسبة (16,5%) من أفراد العينة يتابعون مواقع الإذاعات المسموعة أو المرئية العربية أو الأجنبية، وتليها بنسبة (7,5%) من أفراد العينة يتابعون مواقع القنوات التلفزيونية الفضائية، حيث كانت نادرة الاستخدام نظراً لسهولة متابعتها عبر الوسائل التقليدية. كما بينت الدراسة أن إجمالي العينة من الصفوة رغم متابعتها لوسائل الإعلام الإلكترونية بشكل شبه دائم، إلا أنهم لا يستطيعون الاستغناء عن الوسائل التقليدية، وقد جاء أفراد العينة من الصفوة العراقية في الترتيب الأول بنسبة (32,9%) من حيث تعاملهم مع الوسائل التقليدية بسبب بطء التعامل مع الوسائل الإلكترونية. وجاء أفراد الصفوة الأردنية في الترتيب الثاني بنسبة (26,1%) من حيث أسباب تعاملهم مع الوسائل التقليدية بحكم الاعتياد. كما جاء أفراد الصفوة العراقية في الترتيب الأول من حيث متابعتهم لموقع الجزيرة نت بنسبة (31,4%)، وجاء أفراد الصفوة الأردنية في الترتيب الثاني بنسبة (22,9%). وقد أكدت الدراسة على ذاتية المواطن العربي في تعامله مع وسائل إعلامه الوطنية دون غيرها من وسائل إعلام الدول العربية.

3. دراسة البنا وفرج (2008):

وهي بعنوان " تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية"، وقد ركزت هذه الدراسة على معرفة تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي الأخيرة في المنطقة العربية وكممثل للمنطقة العربية بحثت هذه الدراسة في أربع حالات لدول تمثل المنطقة العربية وهي :

مصر التي تمثل دول حوض النيل، والعراق التي تمثل دول المشرق العربي.

المغرب التي تمثل دول المغرب العربي، والسعودية التي تمثل دول الخليج العربي.

وتلخصت مشكلة الدراسة في شقين أولهما يعنى بالصفوة وعلاقتها بوسائل الإعلام ودور وسائل الإعلام في حياة الصفوة وتأثير الصفوة في وسائل الإعلام بوصفها مصدراً مهماً للأخبار ولإثراء هذه الوسائل فكرياً، ولهذا تسعى هذه الدراسة إلى رصد آراء الصفوة المصرية والتعرف على تقييمهم ونقدهم الذاتي للتغطية الإعلامية لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية لتحديد مدى نجاحها في تقديم تغطية متوازنة وموضوعية لأحداث التحول الديمقراطي في الدول الأربع موضوع الدراسة، والتعرف على وسائل الإعلام التي يعتمدون عليها كمصادر أساسية للحصول على المعلومات في الأوقات العادية بشكل عام. وقد عرف الباحثان الصفوة بأنها " أكثر فئات المجتمع تأثيراً في الحياة العامة وقدرة على اتخاذ القرار، فهم الذين يسهمون في ابتكار الأفكار وصياغتها ونقلها إلى الجماهير، ويتعاملون مع أهم القضايا والأحداث وينقدونها ويعبرون بوعيهم وثقافتهم عنها، وهم الركيزة التي يرتكز عليها القاعدة العريضة من الجماهير في تكوين أرائهم ومفاهيمهم عن الحياة العامة بمختلف شئونها". وتنتمي هذه الدراسة للدراسات الوصفية وقد استخدم الباحثان منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي من خلال المسح الميداني، كما استخدما المنهج المقارن ومنهج دراسة الحالة. وكان مجتمع الدراسة الصفوة المصرية على اختلاف أنواعها وتوجهاتها، وقد اعتمد الباحثان على أسلوب العينة المتاحة وبلغ قوام العينة (400) مفردة موزعين على أربعة أنواع من الصفوة وهم، الصفوة الدينية والصفوة السياسية والصفوة الأكاديمية والصفوة الإعلامية، وتم تصميم استمارة استقصاء كأداة للدراسة وفي بعض الأحيان تم استخدام أسلوب المقابلة الشخصية وقد أظهرت النتائج العامة لهذه الدراسة أنه فيما يخص أهم الصحف التي تتابعها الصفوة جريدة الأهرام بوزن نسبي (90,92%) يليها الجمهورية بوزن نسبي (74,25%)، وجاءت جريدة الشرق الأوسط

في الترتيب الأول من حيث أهم الصحف العربية التي تتابعها الصفوة المصرية بوزن نسبي (61,5%) يليها جريدة الحياة بنسبة (60,2%)، وقد بحثت الدراسة في أهم المجلات المصرية والعربية والأجنبية التي تتابعها الصفوة المصرية كما بحثت في أهم القنوات الإذاعية المصرية والعربية والأجنبية التي تتابعها الصفوة المصرية وجاءت إذاعة راديو العرب وإذاعة ART في الترتيب الأول والثاني بنسب (47,67%،43,57%)، كما أظهرت النتائج أن أهم القنوات التلفزيونية العربية التي تتابعها الصفوة هي الجزيرة والعربية بنسب (91,83%،72%) تليهم قناة MBC بنسبة (58,33%)، وجاءت قناتا "CNN,FOX News" في الترتيب الأول والثاني ضمن أهم القنوات الأجنبية بنسب (64%،5,33%). وأظهرت النتائج أن أحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية يأتي كأهم القضايا السياسية التي تتابعها الصفوة المصرية بنسبة (25,3%). وفيما يخص اعتماد الصفوة العربية على وسائل الإعلام للحصول على المعلومات عن أحداث التحول الديمقراطي فقد جاءت الصحف المصرية في مقدمة الوسائل التي تعتمد عليها الصفوة المصرية بنسبة (79%)، أما في حالة العراق فقد تصدر التلفزيون المصري الوسائل التي تعتمد عليها الصفوة المصرية لمعرفة أخبار العراق بنسبة (69,89%) تليه الصحف المصرية بنسبة (69,83%)، وفي حالة المغرب جاء التلفزيون المصري في الترتيب الأول من حيث اعتماد الصفوة عليه بنسبة (62,62%)، وجاء التلفزيون المصري في الترتيب الأول من حيث اعتماد العينة عليه في حال السعودية أيضا وبنسبة (63,21%). أما فيما يخص إسهامات الصفوة المصرية في تناول أحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية فقد أظهرت النتائج أن أفراد الصفوة المصرية يساهمون في تناول هذه الأحداث بنسبة (71,3%) مقابل (28,7%) لا يساهمون، وقد تصدرت الصفوة الدينية المقدمة في تناولها لأحداث التحول الديمقراطي بنسبة (80%)، وقد رأت الصفوة المصرية أن متابعة الإعلام المصري لأحداث التحول الديمقراطي كانت متابعة مستمرة بنسبة (64,8%).

- **الدراسات المتعلقة بنظريتي الاستخدامات والإشباعات ، والاعتماد على الوسائل الإعلامية :**

4. دراسة عبده (2004)

وهي بعنوان " استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباعات المتحققة منها " وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دوافع استخدام أعضاء النقابات المهنية المصرية للمجلات التي تصدرها النقابات التي ينتمون إليها ، والإشباعات التي يحققونها من هذا الاستخدام، وفقاً لمدخل الاستخدامات والإشباعات. واعتمد البحث على منهج المسح لعينة من أعضاء النقابات المهنية، واعتمد الباحث في جمع البيانات على صحيفة الاستقصاء. واعتمدت هذه الدراسة على أسلوبين لاختيار العينة وهما : أسلوب التجمعات: تم تقسيم مجتمع البحث – النقابات المهنية – وعددها 23 نقابة عامة، إلى مجموعتين طبقاً للدراسة الأكاديمية، الدراسة العملية والدراسة النظرية، وتم اختيار نقابة (التجار) كعينة ممثلة لنقابات الدراسات النظرية، ونقابتي الأطباء والصيادلة كعينة ممثلة لنقابات الدراسة العملية. اعتمدت الدراسة على العينة العمدية إذ تم اختيار (200) مفردة من قراء المجلات النقابية المهنية، وتم تحديد حصة من كل نقابة حسب عدد أعضاء النقابة ، وضع الباحث العديد من النتائج التي تتعلق بخصائص العينة وعلاقتها بموضوع البحث. من أهم نتائج هذه الدراسة، أن الاتصال الوجاهي بين زملاء العمل يأتي في مقدمة الوسائل بنسبة (28,9%) التي يعتمد عليها أعضاء النقابات المهنية في متابعة الأنشطة النقابية، وجاءت المجلات النقابية في الترتيب الثاني (23,1%) بين الوسائل. أما دوافع استخدام العينة للمجلات النقابية فقد قسمها الباحث لدوافع نفعية شخصية ودوافع نفعية مرتبطة بالمهنة ومعرفة قوانينها، ودوافع نفعية مرتبطة بالعمل النقابي والقوانين النقابية ، وقد جاءت الدوافع النفعية والمعرفية الشخصية في الترتيب الأول عند أفراد

العينة، إذ جاءت دوافع التعرف على ما يدور داخل النقابة وما تقوم به من أنشطة وما تقدمه من خدمات في ترتيب متقدم بنسب (76,1%) و(69,1%). أما الدوافع النفعية التي ترتبط بالمهنة ومعرفة قوانينها وحل المشكلات المهنية فقد جاءت في المرتبة الثانية بنسب (63,8%) و(39,9%). وقد جاءت الدوافع النفعية المرتبطة بالعمل النقابي في الترتيب الثالث والدوافع الطقوسية في الترتيب الأخير. أما بالنسبة للإشباعات التي يحققها أفراد العينة من متابعتهم للمجلات النقابية، فقد جاءت الإشباعات المتعلقة بالاحتياجات النفعية المعرفية في الترتيب الأول بنسبة (67%)، وجاءت الإشباعات التوجيهية المرتبطة بمعرفة الخدمات والأنشطة النقابية واكتساب المعلومات في الترتيب الثاني بنسبة (41,5%) و(43,6%).

5. دراسة بركات (2004)

وهي بعنوان " استخدامات الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت والإشباعات التي تحققها" وقد حدد الباحث مشكلة البحث وأهميته في استخدامات الشريحة الشبابية من سكان دولة الكويت لشبكة الإنترنت، وتكمن أهمية هذه الدراسة في عنصرين هما أهمية فئة الشباب في المجتمع والانتشار السريع للإنترنت في الخليج العربي بصفة خاصة وارتفاع عدد مستخدميه من فئة الشباب. اعتمد الباحث على منهج المسح التحليلي، واعتمد على صحيفة الاستقصاء لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية قوامها (400) مفردة من الذكور والإناث من طلاب الكليات التابعة للهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب ، وتم تقسيم العينة بالتساوي بين الكليات الأربع. أشارت نتائج الدراسة إلى أن (75%) من إجمالي العينة يستخدمون الإنترنت في حين أن (25%) لا يتعاملون معه مطلقاً، ويحكم هذه النتيجة العديد من الخصائص المرتبطة بالعينة مثل توافر جهاز كمبيوتر وإجادة استخدام الكمبيوتر وإجادة اللغة الإنجليزية. وقد أجاب (61,7%) من أفراد العينة بأن الوقت المفضل لديهم لاستخدام الإنترنت هو فترة المساء، يليها فترة ما بعد منتصف الليل حتى الفجر بنسبة

(18,3%) وجاء اكتساب المعلومات في مقدمة أسباب استخدام شبكة الإنترنت عند العينة بنسبة (70%)، يليها التسلية بنسبة (67,3%) وجاء الاستخدام الأكاديمي للإنترنت في مجال خدمة البحث العلمي في ترتيب متأخر بنسبة (12,7%). كما جاء عدم الإلمام بالكمبيوتر على رأس أسباب عدم التعامل مع الإنترنت بنسبة (53%)، يليه تفضيل وسائل أخرى كالتلفزيون أو غيره بنسبة (38%)، وأظهرت النتائج أن (82,7%) من العينة يستخدمون الإنترنت بمعدل يقل عن عشرين ساعة أسبوعياً، بينما (14%) يتراوح معدل استخدامهم بين 21–40 ساعة أسبوعياً.

6. دراسة عمارة (2005)

وهي بعنوان " دور القنوات الفضائية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور العربي نحو العولمة دراسة مقارنة على عينة من الجمهور العام في مصر وقطر" وقد حدد الباحث مشكلة الدراسة في قياس مستوى معرفة الجمهور العربي في مصر وقطر بمفهوم العولمة، وقياس اتجاهاته نحوها، ومعرفة مدى قدرة وسائل الإعلام بالتطبيق على القنوات الفضائية في إمداد الأفراد بالمعلومات حول القضايا والظواهر المستجدة. وقد عرف الباحث العولمة بأنها "ازدياد العلاقات المتبادلة بين الأمم، سواء المتمثلة في تبادل السلع والخدمات أو في انتقال رؤوس الأموال، أو في انتشار المعلومات والأفكار، أو في تأثر فئة بقيم وعادات غيرها من الأمم". وقد اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة، وتم تطبيق الدراسة على عينة عمدية غير احتمالية حجمها (400) مفردة تم توزيعها بالتساوي بين المجتمعين المصري والقطري. وتم جمع البيانات من خلال استمارة استبيان. وبينت نتائج الدراسة أن (63,7%) من عينة الدراسة يتعرضون للقنوات الفضائية بشكل مرتفع. وكانت أهم القنوات الفضائية التي تتعرض لها العينة قنوات الجزيرة بنسبة (64%)، والعربية (53,2%). وأظهرت النتائج أن أهم دوافع تعرض العينة للقنوات الفضائية هي متابعة الأخبار والأحداث العالمية بنسبة (70,3%)، ومعرفة ثقافات الشعوب الأخرى (63,8%)، الترفيه والاسترخاء (40,5%). كما

أظهرت النتائج أن (70,8%) من العينة يفضلون القنوات العربية، و(35%) يفضلون القنوات الأجنبية. وأشارت النتائج أن (37,7%) من العينة لديهم مستوى معرفة مرتفع بالعولمة وقضاياها، و(41%) لديهم مستوى معرفة متوسط، و(21,3%) لديهم مستوى معرفة منخفض. كما ظهر أن (29,5%) من عينة الدراسة لديهم اتجاه سلبي نحو العولمة، و(35,8%) لديهم اتجاه متوسط، و(34,7%) لديهم اتجاه إيجابي، وهناك اختلاف بين هذه النسب من حيث الذكور والإناث من عينة الدراسة. وقد أظهرت نتائج اختبارات الفروض وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم التعرض للقنوات الفضائية ومستوى المعرفة بمفهوم العولمة وقضاياها، وهناك علاقة طردية بين حجم التعرض للقنوات الفضائية وشدة الاتجاه نحو العولمة.

الدراسات الأجنبية :

دراسة (2004) (LaRose and Matthew S. Eastin)

1. "A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance"

بحثت هذه الدارسة من خلال النظرية المعرفية الاجتماعية، استخدام أفراد العينة للإنترنت كوسيلة إعلامية جديدة، وكيف أثر تطور الوسائل الإعلامية على الاستخدامات والإشباعات المتحققة منهم، وعرضت الدراسة الإنترنت نموذجاً للوسائل الإعلامية الجديدة، وبحثت الإشباعات المتحققة من استخدامه. استخدمت الدراسة منهج المسح بالعينة لمستخدمي الإنترنت، وقد حددت عينة البحث من المستخدمين البالغين للإنترنت، وتم اختيارها بطريقة عشوائية من خلال دليل العناوين الموضوع من قبل اللجنة المحلية. إذ تم إرسال رسالة بريد إلكتروني لعناوين البريد الإلكتروني المسجلة بشكل عشوائي وكان مجموع هذه العناوين (930) عنواناً، واستجاب لرسالة البريد الإلكتروني (331) فرداً من أصحاب هذه العناوين، وقد أجاب (172) فرداً منهم على استمارة البحث، بينما كان (159)

منهم أنهم لا يستخدمون الإنترنت. فكانت نسبة العينة التي أجابت (36%) تقريباً. وأظهرت نتائج الدراسة أن أهم دوافع العينة لاستخدام الإنترنت كانت التفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء ومعرفة أصدقاء جدد، وتوافر عدد كبير من المعلومات التي يمكنهم الحصول عليها. كما جاءت دوافع التسلية والترفيه بنسب مرتفعة من إجابات العينة، وجاءت الدوافع الطقوسية مثل التعود وتمضية وقت الفراغ في مرتبة متقدمة بين الدوافع الآخرى. وأكد الباحث من خلال هذه الدراسة وجود علاقة بين الاستخدامات والإشباعات المتحققة للأفراد من الإنترنت وبين النظرية المعرفية الحديثة التي تناقش ظهور الوسائل الإعلامية الجديدة وتأثيرها على الجمهور.

دراسة(**2009**) (Kristin Barton)

2. "Reality Television Programming and Diverging Gratifications: The Influence of Content on Gratifications Obtained "

بحثت هذه الدراسة واقع البرامج التلفزيونية وتأثير المضامين التي تعرضها على تحقيق الإشباعات للمشاهد، كما بحثت هذه الدراسة في أسباب متابعة الجمهور للوسائل الإعلامية بشكل عام، ومتابعتهم لوسيلة محددة، وما الإشباعات التي تقدمها له هذه الوسيلة، وما الإشباعات التي يتوقع المشاهد الحصول عليها، من خلال متابعته لوسائل الإعلام، وما الإشباعات التي يحصل عليها فعلياً من هذه الوسائل، وهل تعرض البرامج التلفزيونية المتنافسة مضامين مختلفة للمشاهد، وتشبع له حاجات مختلفة، وهل من الممكن أن نتوقع من خلال معرفتنا للإشباعات التي يريد المشاهد الحصول عليها ما نوعية البرامج التي يفضل مشاهدتها، استخدمت الدراسة أسلوب المسح بالعينة وكانت عينة هذه الدراسة (689) طالباً جامعياً. أظهرت نتائج هذه الدراسة أن جنس أفراد العينة له علاقة وثيقة بنسبة متابعته للبرامج التلفزيونية حيث أن (7،79%) من الإناث يشاهدن برنامجاً واحداً من ضمن كل ثلاثة برامج تعرض على الأقل، بينما (1،44%) من الذكور يشاهدون برنامجاً واحد. كما أكدت نتائج هذه الدراسة وجود علاقة بين المحتوى الذي تعرضه هذه البرامج وبين جنس المشاهد لها، حيث أن (3،53%) من الإناث يشاهدن برامج المسابقات التنافسية بينما يشاهدها

(%8،71) من الذكور. كما أظهرت النتائج أن أفراد العينة لم يجدوا تنوعاً في المضامين التي تعرضها البرامج التلفزيونية المتنافسة.

دراسة (2009) (Monic Ancu and Raluca Cozma)

3. "MY Space Politics: Uses and Gratifications of Befriending candidates"

بحثت هذه الدراسة في الاستخدامات والإشباعات التي تتحقق للجمهور من تصفحهم لصفحات المرشحين للمناصب السياسية في المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت. واعتمدت هذه الدراسة على إجراء مسح استهدف متصفحي صفحات المرشحين السياسين على موقع (MY Space)، ولمعرفة دوافع تصفحهم لهذه الصحفات والإشباعات المتحققة لهم من تصفحهم لها، وكيف يؤثر تصفحهم لهذه الصفحات، على مشاركتهم السياسية. وكان حجم العينة (167) مفردة، وكانت الفئة العمرية من (18-25) سنة تمثل أعلى نسبة من أفراد العينة وهي (%40,1). وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن أهم الدوافع والإشباعات التي تحققها صفحات المرشحين السياسين على المواقع الإلكترونية هي : المشاركة والتفاعل الاجتماعي ،والبحث عن المعلومات والتوجيهات، والتسلية والترفيه، إذ جاءت هذه العناصر مجتمعة بنسبة (%68,72) من إجابات العينة. كما أظهرت النتائج فيما يخص علاقة هذه المواقع بزيادة المشاركة السياسية عند الأفراد أن نسبة (%43,7) من العينة من ذوي المشاركة السياسية المرتفعة. كما أظهرت النتائج أن اتجاهات المشاركة السياسية للأفراد لا تعد مرتبطة بالدوافع والإشباعات المتعلقة بزيارتهم لهذه الصفحات، وأن الدافع الرئيسي وراء تصفح الأفراد لصفحات المرشحين السياسين هو التواصل الاجتماعي مع مؤيدين جدد للمرشح بنسبة (%65,5). كما أن تصفح الأفراد لهذه الصفحات لم تكن له علاقة بتصويتهم في الانتخابات أو في مشاركتهم السياسة أو في مشاركتهم في الحملات الانتخابية.

دراسة (2007) (Mendelson Zizi Papacharissi and Andre)

4. “An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Show ”

بحثت هذه الدراسة في دوافع متابعة الجمهور لبرامج تلفزيون الواقع، والإشباعات المتحققة له من متابعته لهذه البرامج. واعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، وقد استخدمت الدراسة عينة كلية شملت (157) مفردة يشكلون جميع طلبة المرحلة التمهيدية في تخصص الإعلام في إحدى جامعات المناطق الحضرية، لبحث دوافع متابعتهم لتلفزيون الواقع، والإشباعات المتحققة لهم من متابعتهم. وقد صنفت نتائج هذه الدراسة الدوافع إلى ستة دوافع تحدد أسباب تعرض العينة لبرامج تلفزيون الواقع، وكان أول هذه الدوافع التي توضح تعرض أفراد العينة لهذه البرامج أن أسلوب التسلية والترفيه في هذه البرامج يكون واقعياً أكثر من برامج التلفزيون المعتادة، والدافع الثاني أن هذه البرامج تساعد المشاهدين على الاسترخاء والراحة، وجاء في الترتيب الثالث أن متابعة الأفراد لهذه البرامج يكون فقط لتمضية وقت الفراغ ، وقد حدد بعض أفراد العينة الدافع لمشاهدتهم بأن هذه البرامج تقلل من شعورهم بالوحدة، كما أجاب بعضهم بأن دافع متابعتهم لهذه البرامج هو التواصل الاجتماعي، وبعضهم الآخر قال إنه يتابع هذه البرامج لإنه يجد أن الشخصيات في هذه البرامج جذابة.

كيف تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث اهتماماتها

نخلص من مراجعة الدراسات السابقة إلى أن معظمها وظف منهج المسح بشقيه الوصفي والتفسيري لقياس تأثير الوسائل الإعلامية على الأفراد وعلاقتهم بها. كما نلاحظ من خلال مراجعة الدراسات السابقة ندرة الدراسات التي اهتمت بدراسة النخبة في المجتمعات العربية، أو فئة النخبة المثقفة بالتحديد. كما نلاحظ أن معظم الدراسات السابقة التي درست النخبة ركزت على النخب السياسية والاقتصادية، وجزء منها فقط ذكر النخب الثقافية وركز على دراستها، ولم توجد دراسة ركزت على دراسة النخبة المثقفة الأردنية، وهنا تظهر أهمية الدراسة الحالية كونها تسلط الضوء على فئة النخبة المثقفة في الأردن.

وقد ساعدت مراجعة الدراسات السابقة في تقويم أسئلة الدراسة الحالية، كما ساعدت في توضيح الإطار النظري لهذه الدراسة. وتمت الاستعانة بالعديد من هذه الدراسات في كتابة العديد من اسئلة الاستبانة وتقويمها، أداة البحث الحالي، كما تمت الاستفادة من نتائج بعض هذه الدراسات في تدعيم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

سيتم في هذا الفصل استعراض النوع الذي ينتمي إليه هذا البحث، والمنهجية المستخدمة فيه، والأداة التي تم استخدامها لجمع البيانات والمعلومات، ومجتمع الدراسة، والعينة التي تم اختيارها من هذا المجتمع. كما سيتم ذكر الإجراءات التي تتعلق بالاختبارات التي استخدمت للتأكد من صدق الأداة وثباتها، وللتعرف على الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل نتائج هذه الدراسة.

نوع البحث :

يعد البحث الحالي من البحوث الوصفية. وتهدف البحوث الوصفية إلى " وصف ماهو كائن وتفسيره، كما يهتم بتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع، ويهتم بتحديد الممارسات الشائعة والتعرف على المعتقدات والاتجاهات عند الأفراد والجماعات. من خلال جمع البيانات والتعبير عنها كماً وكيفاً أو بالاثنين معاً " (عمر، 2008: ص 210).

منهج البحث:

استخدمت الدراسة منهج المسح عن طريق العينة. ويقوم منهج المسح بدراسة الخصائص الاجتماعية والثقافية للجمهور، وعلاقة هذه الخصائص بمتابعة الوسائل الإعلامية وبما تقدمه هذه الوسائل. وتعد البحوث المسحية من أقدم الطرق المستخدمة في البحث يلجأ الباحث إليها "للحصول على المعلومات بشكل مباشر من المشاركين في البحث عن طريق طرح مجموعة من الأسئلة، مكتوبة أو شفوية " (أبو علام، 2007 :ص259). كما ويدرس المنهج المسحي " الجمهور باستخدام طريقة علمية منظمة من أجل تحقيق أهداف معينة "(عمر، 2008:ص 292).

وتم في هذه الدراسة استخدام منهج المسح بالعينة للتعرف على الخصائص الاجتماعية والثقافية للكتاب والأدباء عينة هذه الدراسة، وعلاقة هذه الخصائص بمتابعتهم لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية وما تقدمه هذه الوسائل، والدوافع وراء متابعتها، والإشباعات التي تحققها لهم متابعتهم لهذه الوسائل.

أداة البحث:

تم استخدام الاستبيان أداة للبحث، لجمع بيانات ومعلومات لم يكن من الممكن الحصول عليها دون استطلاع الآراء والمواقف والاتجاهات (عمر، 2008:ص 303).

ويعرف الاستبيان على أنه: " أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخبرية، التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث، حسب أغراض البحث" (عليان، غنيم، 2008: ص 88-97)، ويتألف الاستبيان من مجموعة مختلفة من الأسئلة تم تقسيمها كما يلي:

1. الأسئلة المغلقة أو محدودة الإجابات: يحدد الباحث في هذه الاسئلة " الإجابات الممكنة أو المحتملة لكل سؤال ويطلب من المجيب اختيار أحدها أو أكثر" وتتميز هذه الأسئلة بسهولة الإجابة عنها وسهولة تصنيف وتحليل إجاباتها، كما أنها تقلل من الحيرة عند المجيب. وهناك العديد من أنواع الأسئلة المغلقة مثل الأسئلة الثنائية، وأسئلة الاختيار من متعدد، والأسئلة المدرجة (عليان، غنيم، 2008).

2. الأسئلة المفتوحة: تسمى هذه الأسئلة بالأسئلة " الحرة" إذ يترك للمبحوث حرية الإجابة عنها بلغته الخاصة دون تقييد من قبل الباحث(عليان،غنيم: 2008).

3. أسئلة النهاية المفتوحة: يستخدمها الباحث عند "صعوبة حصر الإجابات في خيارات محددة "(عليان،غنيم: 2008).

4. الأسئلة المغلقة المفتوحة: إذ "يطرح الباحث في البداية سؤالاً مغلقاً، أي يحدد فيه الإجابة المطلوبة ويقيد المبحوث باختيار الإجابة، ثم يتبعه بسؤال مفتوح يطلب فيه من المبحوث توضيح أسباب اختياره للإجابة المعينة" (عليان،غنيم، 2008).

وقد تكونت الاستبانة أداة هذه الدراسة من مجموعة من الأسئلة، وتضمنت الأجزاء التالية :

الجزء الأول: البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

الجزء الثاني: الأسئلة المتعلقة بعادات وأنماط متابعة أفراد العينة للوسائل الإعلامية.

الجزء الثالث : الأسئلة المتعلقة بدوافع متابعة أفراد العينة للوسائل الإعلامية.

الجزء الرابع : الأسئلة المتعلقة بالإشباعات التي تحققها متابعة الوسائل الإعلامية لأفراد العينة.

الجزء الخامس : الأسئلة المتعلقة بمعرفة اتجاهات أفراد العينة نحو وسائل الإعلام الأردنية والعربية.

مجتمع الدراسة:

تم تحديد مجتمع الدراسة بناءً على الأهداف التي يسعى البحث للوصول إليها، والتساؤلات التي طرحها. وتألف مجتمع الدراسة من الكتاب والأدباء الذين ينتسبون لاتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، ويبلغ مجموع المنتسبين له (243) فرداً. ويعد اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين إحدى الهيئات الثقافية المهمة التي تعنى بالثقافة، وتمثل المثقف الأردني. وقد تأسس اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين عام 1986، ويضم مجموعة متنوعة مميزة من الأعضاء الذين أسهموا في إثراء المجتمع الأردني بمساهماتهم وإنتاجهم الفكري والأدبي والعلمي في كافة حقول العلم والمعرفة.

عينة البحث:

تم اختيار عينة عشوائية للدراسة الحالية، ويقصد بالعينة العشوائية " تلك الطريقة التي يكون لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متساوية ومستقلة في الاختيار ضمن العينة " (مراد، وفوزية، 2002 :

ص115)، وقد تم اختيار العينة من مجموعة الكتاب والأدباء الذين ينتسبون إلى اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، والذين شكلوا مجتمع الدراسة. وقد أجريت الدراسة على عينة قوامها (60) مفردة ، بنسبة 25% من مجتمع الدراسة.

وتعتبر هذه النسبة مقبولة علمياً وكافية لتمثيل مجتمع الدراسة، فقياساً على المثال الذي أورده الباحثان صلاح مراد و فوزية هادي، إذ عدا " العينات ذات الحجم من 50 إلى 100 قد تكون مناسبة لتمثيل مجتمع دراسة يتكون من ألف طالب وطالبة "(مراد وهادي،2002 :ص130)، وهذا يعني أن نسبة العينة التي اختارها هي 10% من مجتمع الدراسة، فإن نسبة العينة التي تم اختيارها للبحث الحالي، التي تشكل 25% من مجتمع الدراسة، تعد نسبة كافية و مقبولة علمياً، ويمكن تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة كاملاً.

كما ويرى أحد الباحثين أن حجم العينة يجب أن لا يقل عن 10% من مجتمع الدراسة (أبو علام، 2007:ص 275). وقد تم اختيار عينة هذه الدراسة من الكتاب والأدباء، بطريقة عشوائية، حسب جدول الأرقام العشوائية، من قائمة أسماء المنتسبين لاتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، التي تم الحصول عليها من مقر الاتحاد لأغراض هذه الدراسة.

صدق الأداة:

تم اختبار صدق الاستمارة بعرضها على مجموعة من المحكمين (الواردة أسماؤهم في الملحق الثاني)، لإبداء آرائهم في تصميم الاستمارة وصياغة الاسئلة، ولم يكن هناك اعتراض من قبل المحكمين على صياغة أسئلة الاستبانة بشكل عام، واقتصرت ملاحظاتهم على تعديل أسلوب الترقيم المستخدم في الاستبانة، وإعادة ترتيب بعض الأسئلة حسب أهميتها ونوعها، فكانت نسبة موافقة المحكمين على أداة البحث 90% تقريباً، وهي نسبة صدق عالية ومقبولة علمياً.

ثبات الأداة:

تم استخدام أسلوب إعادة الاختبار للتحقق من ثبات الاستمارة، وذلك بإعادة عرض الاستمارة على عينة عشوائية من خارج عينة الدراسة قوامها (تسع) مفردات، بفاصل زمني مدته (أسبوعان). وقد استخدم معامل ارتباط بيرسون للتحقق من ثبات الاستمارة.

وتراوحت قيم معامل الثبات كما يوضح الجدول رقم (1)، مابين (0،727) و (0،949) وهي معاملات مرتفعة ودالة إحصائياً إذ كانت مستويات الدالة أقل من (0،05)، وهذا يعني أن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الثبات في جميع مجالاتها.

جدول رقم (1)

نتائج اختبار الثبات

المتغير	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المشاركة في وسائل الإعلام	0.944	0.000
التعرض لوسائل الإعلام	0.798	0.010
تفضيل وسائل الإعلام	0.737	0.023
اسباب متابعة وسائل الإعلام	0.727	0.027
اسباب استخدام الانترنت	0.949	0.015
الاشباعات المتحققة من متابعة وسائل الإعلام	0.746	0.021

التحليل الإحصائي:

تمت المعالجة الإحصائية بالاستعانة بعدد من المقاييس والإجراءات الاحصائية وهي :

1. **أساليب التحليل الإحصائي الوصفي :**

وذلك لوصف عينة الدراسة وبيان خصائصها، وهذه الأساليب هي :

أ - معامل ارتباط بيرسون للتحقق من ثبات الاستمارة.

ب - التكرارات والنسب المئوية لوصف عينة الدراسة.

ت - المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوصف استجابة عينة الدراسة.

2. أساليب التحليل الإحصائي الارتباطي :

أ - اختبار مان ويتنيMann-Whitney U− للمقارنة بين مجموعتين مستقلتين (ذكر وأنثى) ويهدف هذا التحليل إلى التعرف على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المتوسطات المختلفة تعزى لمتغير الجنس.

ب - اختبار كروسكال ويلز Kruskal-Wallis – للمقارنة بين المجموعات المستقلة، ويهدف هذا الاختبار إلى التعرف على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المتوسطات المختلفة تعزى لمتغير العمر، والحالة الاجتماعية، ومستوى الدخل الفردي، والمستوى التعليمي.

ت - اختبار مربع كاي – ويهدف إلى التعرف على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين مجموعات المتوسطات المختلفة تعزى لمتغير العمر، والحالة الاجتماعية، ومستوى الدخل الفردي، والمستوى التعليمي.

وقد تم تحليل البيانات باستخدام حزمة البرامج الاحصائية (SPSS)، وتم اعتماد مستوى الدلالة (0،05) والذي يقابله مستوى ثقة (95%).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

المبحث الأول: خصائص عينة الدراسة

تكونت عينة الدراسة من 60 عضواّ من أعضاء اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، تم اختيارهم بطريقة العينة العشوائية.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس.

جدول رقم (2)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة
ذكر	51	%85
أنثى	9	%15
المجموع	60	%100

يلاحظ من الجدول رقم (2) ارتفاع نسبة الذكور وهي (85%) مقارنة بنسبة الإناث وهي (15%)، مما يجعل نسبة الذكور هي الغالبة على عينة الدراسة ، وقد يعزى سبب زيادة نسبة الذكور على الإناث، ليس في العينة فقط بل في مجتمع الدراسة ككل، إلى أن الذكور قد يكونون أكثر ميلاً للانتساب والعمل في المجال الثقافي، وأكثر تفرغاً من الإناث.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الفئة العمرية.

جدول رقم (3)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الفئات العمرية

الفئة	التكرارات	النسبة
29-20	2	%3.3
39-30	5	%8.3
49-40	17	%28.3
50 فأكثر	36	%60.0
المجموع	60	%100

يظهر الجدول رقم (3) أن الفئة العمرية (50 فأكثر) تشكل أكبر نسبة من أفراد العينة وهي (%60.0) وهي نسبة مرتفعة ، تليها الفئة العمرية من (40–49) بنسبة (%28.3)، ثم الفئة العمرية من (30–39) بنسبة (%8.3)، وقد شكلت الفئة العمرية من (20–29) أقل نسبة من أفراد العينة بنسبة (%3.3) وهي نسبة منخفضة، وقد تعطينا هذه النسبة بعض الدلالات عن مستوى مشاركة أو انتساب هذه الفئة التي تعد من فئة الشباب في الهيئات التي تعنى بالثقافة، أو بالآداب، أو أي مجال آخر من مجالات الإبداع.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير مستوى الدخل.

جدول رقم (4)
توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الدخل الشهري

الدخل الشهري	التكرارات	النسبة
أقل من 500 دينار	33	%55
من 500 – 1000 دينار	21	%35
من 1001 – 2000 دينار	5	%8.3
أكثر من 2000 دينار	1	%1.7
المجموع	60	%100

نلاحظ من الجدول رقم (4) أن نسبة (55%) من أفراد العينة هم ممن يحصلون على دخل شهري (أقل من 500 دينار)، وهي نسبة مرتفعة وقد تعزى هذه النتيجة إلى أن هذه النسبة متقاربة إلى حد ما مع نسبة الفئة العمرية (50 فأكثر) والتي تشكل أغلب أفراد العينة كما يظهر الجدول رقم (3)، وأغلب أفراد هذه الفئة العمرية هم من المتقاعدين ولهذا فإن دخلهم الشهري (أقل من 500 دينار).

وتلت هذه الفئة بنسبة (35%) فئة الأفراد الذين يحصلون على دخل شهري (من 500–1000 دينار)، وهي أيضاً نسبة قريبة من نسبة الفئة العمرية من (40–49) والتي شكلت ثاني أكبر نسبة من أفراد العينة، وتعتبر هذه الفئة من الفئات العاملة وقد يوضح هذا سبب ارتفاع مستوى دخلها عن الفئة التي سبقتها. وتلتهم بنسبة (8.3%) الفئة التي تحصل على دخل شهري من (1001–2000

دينار)، وتلتها بنسبة (1.7%) الفئة التي تحصل على دخل شهري (أكثر من 2000 دينار)، وقد شكلت هاتان الفئتان أقل نسبة من أفراد العينة.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير المستوى التعليمي

جدول رقم (5)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى العلمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة
توجيهي فاقل	6	%10
دبلوم	8	%13.4
بكالوريوس	26	%43.3
دراسات عليا	20	%33.3
المجموع	60	%100

يوضح الجدول رقم (5) أن نسبة الحاصلين على شهادة البكالوريوس تشكل أكبر نسبة من حجم العينة، إذ تشكل نسبة (43.3%) من أفراد العينة، تلتها بنسبة (33.3%) الدراسات العليا، وهذه نسب مرتفعة تدل على أن أغلب أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي مرتفع.

وجاءت نسبة الحاصلين على دبلوم (13.3%) من أفراد العينة، تلتها نسبة الحاصلين على شهادة الثانوية العامة أو أقل، وشكلوا (10%) من أفراد العينة.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير مكان الدراسة

جدول رقم (6)

توزيع أفراد العينة حسب مكان الدراسة

مكان الدراسة	العدد	النسبة
خارج الأردن	29	%48.3
داخل الأرْدن	31	%51.7
المجموع	60	%100.0

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن نسبة الذين تلقوا تعليمهم خارج الأردن هي (48،3%) وهي نسبة مرتفعة، وتدل على أن عدداً من أفراد العينة قد حظوا بفرصة التعرف على حضارات وثقافات البلدان الأخرى التي أقاموا فيها بهدف الدراسة، وعند مقارنتها بنسبة الذين تلقوا تعليمهم داخل الأردن والتي بلغت (51،7%) فهي لا تعد نسبة قليلة إذ إن الفرق قليل والنسب متقاربة.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير مكان الإقامة

جدول رقم (7)

توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة

المدينة	العدد	النسبة
عمان	42	%70.0
الزرقاء	12	%20.0
غير ذلك	4	%6.7
اربد	2	%3.3
المجموع	60	%100.0

نلاحظ من الجدول رقم (7) أن أغلب أفراد العينة يقيمون في العاصمة عمان إذ بلغت نسبة المقيمين فيها (70،0%)، تليها محافظة الزرقاء وبلغ عدد المقيمين فيها (20،0%)، وتوزع (6،7%) من أفراد العينة في محافظات مختلفة مثل المفرق والسلط والشونة الشمالية، وجاءت

محافظة إربد في الترتيب الأخير وبلغ عدد أفراد العينة المقيمين فيها (3،3%). وقد يكون مكان الإقامة عاملاً مهماً يؤثر على مدى مشاركة أفراد العينة في الأنشطة والفعاليات التي يقيمها الاتحاد، أو على طبيعة الوسائل الإعلامية التي يتابعونها.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير اتقانهم للغة أجنبية

جدول رقم (8)[2]

توزيع أفراد العينة حسب إتقانهم للغة أجنبية

يتقن لغة اجنبية	العدد	النسبة
نعم	50	%83.3
لا	9	%15.0
المجموع	59	%98.3

تظهر النتائج الواردة في الجدول رقم (8) أن أغلبية أفراد العينة بنسبة (84،7%) يتقنون لغة أجنبية يمكنهم التفاهم بها مع الآخرين والكتابة فيها، قد تكون هذه النسبة عاملاً أو مؤشراً مهماً، يبرر لنا العديد من النتائج التي تتعلق باستخدام أفراد العينة للإنترنت، أو متابعتهم لوسائل الاعلام الأجنبية، فقد أوضحت دراسة بركات (2004 : ص124) أن هناك علاقة وثيقة بين مستوى إجادة أفراد العينة للغة الإنجليزية من ناحية، وبين إقبالهم على استخدام شبكة الإنترنت والتعامل معها.

[2] يظهر الجدول رقم (8) أن (59) من أفراد العينة قد أجابوا على السؤال بينما لم يجب عليه فرد واحد من أفراد العينة.

توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير إقامتهم لفترة خارج الأردن

جدول رقم (9)

توزيع افراد العينة حسب إقامتهم خارج الأردن

عاش خارج الاردن	العدد	النسبة
نعم	34	%56.7
لا	26	%43.3
المجموع	60	%100.0

توضح النتائج الظاهرة في الجدول رقم (9) أن نسبة (56،7%) من أفراد العينة قد عاشوا فترة من حياتهم خارج الأردن، إما بسبب العمل أو بسبب الدراسة، بينما نسبة (43،3%) لم يقيموا خارج الأردن، وقد ذكر العديد من أفراد العينة أنهم لم يقيموا في دولة واحدة فقط، بل أقاموا في أكثر من دولة، منها دول عربية ودول أجنبية، ومن هذه الدول : بريطانيا، وروسيا، ومصر، والسعودية، والكويت، والبحرين، وليبيا، والعراق، والعديد من الدول العربية الأخرى.

المبحث الثاني: مناقشة نتائج أسئلة الدراسة

يتضمن هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التي هدفت إلى التعرف على علاقة الكتاب والأدباء الأردنيين بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، ومعرفة دوافع متابعتهم لهذه الوسائل، والإشباعات التي تحققها لهم متابعتهم لها، وسيتم عرض النتائج بالاعتماد على أسئلة الدراسة، والمقاييس التي استخدمت لقياس إجابات العينة.

السؤال الأول : ما وسائل الاتصال التي يتعرض لها الكتاب والأدباء الأردنيون وما عاداتهم الاتصالية؟

جدول رقم (10)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة حول الوسائل الإعلامية التي يتعرضون لها

الوسيلة الإعلامية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
التلفاز الأرضي	2.37	1.089	8
التلفاز الفضائي	3.35	0.840	3
الصحف اليويمة	3.50	0.911	2
الصحف الأسبوعية	2.48	1.033	6
المحطات الإذاعية	2.52	1.066	5
الإنترنت	3.08	1.154	4
المجلات	2.43	1.064	7
الكتب	3.75	0.541	1
دور السينما	1.42	0.720	9

* المتوسط الحسابي من أربع درجات

ويوضح الجدول رقم (10) أن استجابات أفراد العينة حصلت على متوسطات مرتفعة في كل من (قراءة الكتب) حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (3.75) وكان ترتيبها الأول، و (الصحف اليومية) وحصلت على متوسط (3.5) وكان ترتيبها الثاني، قد نلاحظ من هذه النتائج وجود علاقة قوية قائمة بين الكتاب و الأدباء وبين المادة المطبوعة، سواء كانت كتاباً أو صحيفة أكثر من غيرها من الوسائل، كما نلاحظ وجود توافق بين اهتمام النخبة المثقفة الأردنية والنخبة المصرية، بمتابعة الصحف إذ إن الصحف المحلية جاءت في مقدمة الوسائل

التي تتابعها النخبة المصرية بنسبة (79%)، (البنا وفرج، 2009 :ص 106) وجاء (التلفاز الفضائي) في الترتيب الثالث وحصل على متوسط (3.35)، و(تصفح الانترنت) في الترتيب الرابع وحصل على متوسط (3.08)، وهذا يدل على الأهمية الكبيرة لهذه الوسائل الإعلامية عند فئة الكتاب والادباء، كما أن هذه النتائج تتوافق مع نتائج دراسة (عبدالجواد ، 2006) و مع دراسة (البنا وفرج، 2009).

بينما حصلت كل من (المحطات الإذاعية) و(الصحف الأسبوعية) و(تصفح المجلات) و(التلفاز الأرضي) على متوسطات اقل إذ حصلت على متوسطات تتراوح بين (2.37-2.52).

كما حصلت (دور السينما) على أقل متوسط حسابي وقيمته (1.42) وهذا يدل على عدم اهتمام الكتاب والأدباء بهذه الوسيلة الإعلامية، وقد تدلنا هذه النسبة المتدنية على موقف الكتاب والأدباء من المواد السينمائية التي تعرضها دور السينما.

العادات الاتصالية للكتاب والأدباء وأنماط التعرض

1. فترة التعرض :

جدول رقم (11)

الاعداد (التكرارات) والنسب المئوية لافراد العينة (n=60) حسب فترة تعرضهم للوسائل الاعلامية

الوسيلة الإعلامية	فترة الصباح		فترة الظهيرة		فترة العصر		فترة المساء		المجموع	
	العدد (ك)	النسبة	العدد (ك)	النسبة	العدد (ك)	النسبة	العدد (ك)	النسبة	العدد (ك)	النسبة
التلفاز الأرضي	7	20.6	4	11.8	3	8.8	20	58.8	34	%100
التلفاز الفضائي	7	17.9	8	20.5	3	7.7	21	53.8	39	%99.9
الصحف اليومية	29	76.3	2	5.3	4	10.5	3	7.9	38	%100
الصحف الأسبوعية	10	37.0	2	7.4	7	25.9	8	29.6	27	%99.9

المحطات الإذاعية	20	60.6	2	6.1	2	6.1	9	27.3	33	%100
الإنترنت	4	19.0	3	14.3	3	14.3	11	52.4	21	%100
المجلات	2	10.5	1	5.3	7	36.8	9	47.4	19	%100
الكتب	2	7.7	0	0.0	11	42.3	13	50.0	26	%100
دور السينما	0	0.0	0	0.0	0	0.0	7	100.0	7	%100

* تظهر التكرارات الواردة في هذا الجدول عدد من أجابوا عن هذا السؤال من أفراد العينة، وتختلف أعداد من أجابوا من فقرة لأخرى

يظهر الجدول رقم (11) أن العادات الاتصالية للكتاب والأدباء من ناحية فترة تعرضهم للوسائل الإعلامية كما يلي:

إن الكتاب والأدباء يفضلون الفترة المسائية لمتابعة (التلفاز الأرضي، والتلفاز الفضائي، والإنترنت، والمجلات، والكتب، ودور السينما) إذ حصلت هذه الفترة على النسبة المئوية الأعلى من بين الفترات الأربع. وقد يعزى ذلك إلى طبيعة هذه الوسائل التي تحتاج لتفرغ حتى تتابعها، أو إلى أن جزءاً من أفراد العينة هم من العاملين، فهم يقضون الفترة الصباحية في عملهم ولهذا تعد فترة المساء هي المفضلة لديهم لمتابعة هذه الوسائل.

كما أنهم يفضلون الفترة الصباحية في متابعة (الصحف المحلية، والصحف الأسبوعية، والمحطات الإذاعية) بينما حظيت الفترات الأخرى بنسب تفضيل قليلة، وقد يعزى ذلك إلى إمكانية تصفح الصحف، أو الاستماع إلى المحطات الإذاعية خلال فترة زمنية أقصر من تلك التي نحتاجها لمتابعة برنامج تلفزيوني أو لتصفح الإنترنت، أو قد يعزى ذلك إلى أن فترة الصباح هي فترة أو وقت دوام العمل بالنسبة للعاملين من أفراد العينة، فهم قد يستمعون للمحطات الإذاعية صباحاً وهم في طريقهم للعمل، أو قد يقومون بقراءة الصحيفة خلال فترة الدوام، بعكس مشاهدة القنوات التلفزيونية أو تصفح الإنترنت أو قراءة الكتب والمجلات.

2. عدد ساعات التعرض

يظهر الجدول رقم (12) أن العادات الاتصالية للكتاب والأدباء من ناحية عدد ساعات تعرضهم للوسائل الإعلامية هي كما يلي:

جدول رقم (12)

الأعداد والنسب المئوية لعدد ساعات تعرض افراد العينة للوسائل الاعلامية

الوسيلة الإعلامية	لا أتابع		أقل من ساعتين		4-2 ساعات		6-4 ساعات		8-6 ساعات		المجموع	
	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة
التلفاز الأرضي	19	31.7	30	50.0	11	18.3					60	100 %
التلفاز الفضائي	4	6.7	13	21.7	31	51.7	10	16.7	2	3.3	60	100 %
الصحف اليومية	8	13.3	39	65.0	11	18.3	2	3.3			60	100 %
الصحف الأسبوعية	22	36.7	35	58.3	2	3.3	1	1.7			60	100 %
المحطات الإذاعية	16	26.7	35	58.3	6	10.0	3	5.0			60	100 %
الإنترنت	13	21.7	22	36.7	14	23.3	5	8.3	6	10.0	60	100 %
المجلات	22	36.7	31	51.7	6	10.0	1	1.7			60	100 %
الكتب	1	1.7	14	23.3	23	38.3	17	28.3	5	8.3	60	100 %
دور السينما	44	77.2	10	17.5	2	3.5	1	1.8			57	100 %

1. يتصفح الإنترنت 10% من أفراد العينة، لأكثر من ست ساعات يومياً، وهي نسبة مرتفعة قد يبررها أنه من الممكن أن تكون هذه الفئة هي من العاملين في وظائف تتطلب منهم تصفح الإنترنت لفترات طويلة، أو بسبب تصفحهم ومتابعتهم للمواقع الإلكترونية الاعلامية والثقافية المختلفة. ويتعرض 8.3% من أفراد العينة لقراءة الكتب لأكثر من ست ساعات يومياً، وهي نسبة تفسرها طبيعة العينة وعلاقتهم واهتمامهم بالقراءة، كما يتابع 3.3% من أفراد العينة التلفاز الفضائي لأكثر من ست ساعات يومياً، وقد يفسر هذه النسبة اهتمام أفراد العينة بمتابعة الأخبار والبرامج المختلفة التي تبثها القنوات الفضائية التي ذكر أفراد العينة أنهم يفضلون متابعتها كما ظهر في الجدول رقم (14) .

2. حصلت قراءة الكتب على أكبر نسبة تعرض إذ إن 28.3% من أفراد عينة الدراسة يتعرضون لها بمعدل (4–6) ساعات يومياً، وهذه نسبة متوقعة لأن أفراد العينة هم من الفئة المثقفة، وتربطهم بقراءة الكتب علاقة وثيقة، إذ يعد الكتاب من الوسائل الأكثر تفضيلاً لديهم، لعدة أسباب منها أنهم كتاب ولهم العديد من الكتب المنشورة، فهم مهتمون بهذه الوسيلة وليس فقط بقراءتها بل في إنتاجها أيضاً.

3. كما حصلت قراءة الكتب على أقل نسبة من الوسائل الإعلامية غير المتابعة حيث بلغت 1.7%، بينما حصلت دور السينما على أكبر نسبة من الوسائل الإعلامية غير المتابعة حيث بلغت 77.2%.

يضم الجدول رقم (13) إجابة السؤالين الثاني والرابع وتحليلهما وهما :

السؤال الثاني: ما أهم الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الكتاب والأدباء الأردنيون في متابعتهم للمضامين الإخبارية؟

السؤال الرابع: هل تحتل وسائل الإعلام الرقمية عند الكتاب والأدباء موقعاً متقدماً بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية، مصدراً لمتابعة المضامين الإخبارية؟

جدول رقم (13)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة حول الوسائل الاعلامية التي يفضلونها

الوسيلة الاعلامية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
وسائل رقمية مثل الإنترنت والفضائيات	3.73	1.274	1
وسائل الإعلام المحلية التقليدية مثل الصحف والإذاعات	3.40	1.123	3
وسائل عربية جميع الوسائل بشكل عام	3.63	1.057	2
وسائل دولية الناطقة بالعربية	3.32	1.372	4
وسائل دولية اجنبية	2.62	1.329	5
قنوات عربية ترفيهية	1.93	1.039	6

4. * المتوسط الحسابي من خمس درجات

يوضح الجدول رقم (13) أن استجابات أفراد العينة حصلت على متوسطات مرتفعة في كل من (الوسائل الرقمية) إذ حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (3.73) وكان ترتيبها الأول من حيث الوسائل التي يفضلها الكتاب والأدباء بشكل عام، ويفضلونها لمتابعة البرامج والمضامين الثقافية والإخبارية بشكل خاص، تلتها (وسائل الإعلام العربية) وحصلت على متوسط (3.63) وكان ترتيبها الثاني، و(وسائل الإعلام المحلية التقليدية) وحصلت على متوسط (3.40) وترتيبها الثالث، و(وسائل الإعلام الدولية الناطقة بالعربية) وحصلت على متوسط (3.32) وكان ترتيبها الرابع، وهذا يدل على أن الفئة المثقفة الأردنية ممثلة بالكتاب والأدباء عينة البحث، ليسوا بمعزل عن الثورة الرقمية وعن وسائل الاعلام الرقمية التي أنتجتها هذه الثورة، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (عبد الجواد، 2006) فقد كانت أهم نتائج دراسته فيما يخص متابعة الصفوة العربية لوسائل الإعلام الإلكترونية أو الرقمية, أن (34,25%) من أفراد العينة يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونية بشكل شبه دائم.

بينما لم تحصل (الوسائل الدولية الأجنبية) على تفضيل أفراد العينة حيث حصلت على متوسط حسابي منخفض قيمته (2.62) وكذلك حصلت (القنوات العربية الترفيهية) على أدنى متوسط حسابي وقيمته (1.93) وهذا يدل على عدم أهمية هذه الوسائل عند الكتاب والأدباء.

وقد جاءت تفضيلات أفراد العينة للقنوات التلفزيوينة الفضائية كالتالي :

جدول رقم (14)

القنوات الفضائية حسب الافضلية[3]

القناة	العدد	النسبة
الجزيرة	42	%70.0
الأردنية	20	%33.3

[3] يظهر الجدول رقم (14) إجابات أفراد العينة عن سؤال ورد في الاستبانة حول القنوات التلفزيونية والإذاعية، والصحف اليومية والأسبوعية، والمواقع الإخبارية الأكثر تفضيلاً لديهم. وقد سمح لأفراد العينة بذكر ثلاثة اختيارات لكل فئة من الفئات السابقة. فالنسب الظاهرة في الجدول مؤخوذة بالنسبة لحجم العينة كامل (60) مفردة.

العربية	14	%23.3
إم بي سي	10	%16.7
المنار	9	%15.0
اقرأ	5	%8.3

- في هذا السؤال تم السماح لأفراد العينة بذكر ثلاث إجابات

نلاحظ من الجدول رقم (14) أن قناة الجزيرة الإخبارية الفضائية حصلت على أعلى نسبة تفضيل وهي (70.0%) من أفراد العينة، وتتوافق هذه النتيجة مع النتائج الذي ظهرت في دراسة (عمارة ، 2005 : ص 191) والمتعلقة بدور القنوات الفضائية في تشكيل معارف الجمهور العربي واتجاهاتهم نحو العولمة، وأشارت نتائجها إلى أن (63,7%) من عينة الدراسة يتعرضون للقنوات الفضائية بشكل مرتفع. وكانت أهم القنوات الفضائية التي تتعرض لها العينة قناة الجزيرة بنسبة (64%)، وهي نسبة قريبة من النسبة التي ظهرت في الدراسة الحالية. كما أنها تتفق مع دراسة (النمر،2007 : ص 270) التي بحثت في اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الاعلام لمعرفة ومتابعة القضايا المحلية والعربية والدولية، فقد أشارت نتائجها، أن قناة الجزيرة جاءت في الترتيب الثاني من حيث تفضيل العينة لها بنسبة (62%) وهي نسبة قريبة من نسبة البحث الحالي.

وجاءت الفضائية الأردنية في الترتيب الثاني من حيث نسب التفضيل بنسبة (33.3%) من أفراد العينة، وتختلف هذه النسبة مع دراسة غير منشورة للباحث الحسن بعنوان " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو الفضائيات التلفزيونية العربية "، فنتائج هذه الدراسة أظهرت أن الفضائية الأردنية جاءت في الترتيب السابع بين مجموعة من القنوات الفضائية العربية، من حيث متابعة أفراد العينة لها، وكانت نسبة من يفضلون متابعة الفضائية الأردنية من عينة دراسة الحسن (21.7%) (الحسن،2008 : ص155). وقد يعزى هذا الاختلاف في النسب وفي الترتيب الذي حصلت عليه القناة في الدراستين، إلى اختلاف الفئات العمرية المستهدفة في الدراستين، ولا شك أن اختلاف

الفئات العمرية يؤثر على طبيعة الدوافع والحاجات التي يمتلكها الفرد ويسعى لإشباعها، كما أنها تؤثر في طبيعة المضامين التي يفضل الفرد متابعتها، وهذا قد يفسر الاختلاف بين الدراستين.

وجاءت قناة العربية الإخبارية في الترتيب الثالث، بنسبة تفضيل (23.3%) من أفراد العينة، وهي نسبة مخالفة لما ظهر في دراسة (النمر، 2007: ص 270)، حيث أن قناة العربية جاءت في الترتيب الأول من حيث تفضيل أفراد العينة لها بنسبة (72%)، وهي نسبة مرتفعة وبعيدة عن النسبة التي ظهرت في نتائج بحثنا الحالي.

وجاءت قناتا (أم بي سي ، و المنار) في الترتيب الثالث والرابع على التوالي بنسب (16.7%) و (15.0%) وهي نسب متقاربة. وجاء في الترتيب الأخير من حيث الأفضلية قناة اقرأ بنسبة (8.3%).

وقد جاءت تفضيلات أفراد العينة للمحطات الإذاعية كالتالي :

جدول رقم (15)

القنوات الاذاعية حسب الافضلية

القناة	العدد	النسبة
عمان	17	%28.3
بي بي سي	8	%13.3
حياة اف ام	7	%11.7
امن اف ام	4	%6.7
مونتي كارلو	3	%5.0
الجامعة	3	%5.0
روتانا	3	%5.0
لا يوجد محطات مفضلة	15	%25
المجموع	60	%100

* في هذا السؤال سمح لأفراد العينة بذكر ثلاث قنوات إذاعية

يبين الجدول رقم (15) أن إذاعة عمان حصلت على أعلى نسبة تفضيل وهي (28.3%) من أفراد العينة، تلتها إذاعة البي بي سي التي تبث باللغة العربية وحصلت على نسبة (13.3%) من أفراد العينة، وقد جاءت نسبتها متقاربة مع ما حصلت عليه إذاعة حياة اف ام، التي حصلت على نسبة (11.7%) من أفراد العينة، وهذا أمر قد يغير من وجهة النظر السائدة التي تقول: إن المثقفين الأردنيين يعزفون عن متابعة وسائل الاعلام المحلية ليتابعوا وسائل الإعلام العربية أو الأجنبية.

وقد جاءت إذاعة أمن اف ام ، في الترتيب الرابع بنسبة (6.7%)، وأخيراً، جاءت إذاعة مونتي كارلو، وإذاعة الجامعة الأردنية، وإذاعة روتانا في نفس الترتيب، وحصلوا على نفس النسبة من التفضيل وهي (5.0%) من أفراد العينة، وهي أقل القنوات الإذاعية تفضيلاً عند أفراد العينة، وقد نعزو السبب في الأخيرة (إذاعة روتانا) إلى كونها قناة ترفيهية تعتمد على بث الأغاني وبرامج المسابقات التي لا تناسب ميول أفراد العينة.

بينما أجاب (25%) من أفراد العينة أنهم لا يفضلون محطات إذاعية محددة، وأنهم يتابعون المحطات الإذاعية بشكل عام، قد تدلنا هذه النسبة على أن بعض أفراد العينة لا يعتمدون على القنوات الإذاعية مصدراً رئيسياً للحصول على الأخبار أو المعلومات، ولهذا فهم لا يفضلون قناة إذاعية محددة.

وقد جاءت تفضيلات أفراد العينة للصحف اليومية، كما يظهر الجدول رقم (16) :

جدول رقم (16)

الصحف اليومية حسب الافضلية[4]

الصحيفة	العدد	النسبة
الدستور	36	%60.0
الرأي	34	%56.7
الغد	31	%51.7

[4] يظهر الجدول رقم (16) إجابات العينة عن سؤال حول تفضيلاتهم من الصحف اليومية، وقد سمح في هذا السؤال بذكر أفضل ثلاث صحف يومية، والنسب الواردة في الجدول مأخوذة بالنسبة لحجم العينة كاملة (60) مفردة، فنسبة (60%) تعني (60%) من (60) مفردة.

%30.0	18	العرب اليوم

* في هذا السؤال سمح لأفراد العينة بذكر ثلاث صحف يومية

يبين الجدول رقم (16) أن صحيفتي الدستور والرأي قد حصلتا على أعلى نسب تفضيل من أفراد العينة، بفارق طفيف لصالح صحيفة الدستور إذ حصلت على تفضيل (60.0%) من أفراد العينة، تلتها صحيفة الرأي وحصلت على نسبة تفضيل(56.7%) من أفراد العينة، وقد جاءت صحيفة الغد والعرب اليوم في الترتيب الثالث والرابع على التوالي، في حين حصلت صحيفة الغد على نسبة تفضيل مرتفعة وقريبة من نسبة تفضيل صحيفة الرأي، وهي (51.7%)، فقد حصلت صحيفة العرب اليوم على نسبة تفضيل (30.0%) من أفراد العينة، وهذه النسب قد تبين أن صحيفة الدستور تعد منافساً قوياً لصحيفة الرأي، كما وتعد صحيفة الرأي منافساً قوياً لصحيفة الغد، عند جمهورهم من الكتاب والأدباء الأردنيين، كما نلاحظ أن صحيفة الغد حصلت على نسبة تفضيل أكثر من صحيفة العرب اليوم بالرغم من كون الثانية الأقدم من الغد، لكن هذا لم يمنع أن تكون الغد هي الأكثر تفضيلاً عند جمهور الكتاب والأدباء.

وبالنسبة لتفضيلات العينة من الصحف الأسبوعية فقد كانت كالتالي :

جدول رقم (17)

الصحف الأسبوعية حسب الأفضلية[5]

النسبة	العدد	الصحيفة
%16.7	10	الشاهد
%11.7	7	شيحان
%10.0	6	الحياة
%5.0	3	اللواء
%56.6	34	لم يجب من أفراد العينة

[5] يظهر الجدول رقم (17) عدد من أجاب من أفراد العينة عن السؤال المتعلق بالصحف الأسبوعية المفضلة لديهم، غير أن العديد (34) من أفراد العينة لم تكن لديهم صحف أسبوعية مفضلة.

يبين الجدول رقم (17) أن صحيفة الشاهد الأسبوعية قد حصلت على أعلى نسبة تفضيل وهي (16.7%) في حين جاءت باقي النسب متقاربة، فقد حصلت صحيفة شيحان على نسبة (11.7%) من تفضيل أفراد العينة، وجاءت صحيفة الحياة في الترتيب الثالث وحصلت على نسبة (10.0%)، وحصلت صحيفة اللواء على نسبة (5.0%) من تفضيل أفراد العينة. تظهر هذه النسب قلة عدد من أجاب على هذا السؤال من أفراد العينة، وقد نفسر ذلك بعدم اهتمام جميع أفراد العينة بمتابعة الصحف الأسبوعية، حيث أن (34) فرداً من أفراد العينة لم تكن لديهم صحف أسبوعية مفضلة، وقد يعطينا هذا الرقم بعض الدلالات فيما يخص اعتماد الكتاب والأدباء على الصحف الأسبوعية مصدراً مهماً أو مفضلاً لمتابعة الأخبار أو للحصول على المعلومات، فالواضح أن الصحف الأسبوعية لم تكن ذات تأثير كبير على أفراد العينة، ولم تنل اهتمام جزء كبير منهم.

أما تفضيلات العينة من المجلات فهي كالتالي :

جدول رقم (18)

المجلات حسب الأفضلية

المجلة	العدد	النسبة
العربي	10	%16.7
أفكار	9	%15.0
الكاتب الأردني	5	%8.3
لم يجب من أفراد العينة	36	%60

نلاحظ من الجدول رقم (18) أن مجلة العربي ومجلة أفكار، قد حصلتا على نسب متقاربة من حيث تفضيل أفراد العينة لهم، فقد حصلت مجلة العربي على نسبة (16.7%)، وحصلت مجلة أفكار على نسبة (15.0%)، مع العلم بأن مجلة العربي هي مجلة ثقافية شهرية تصدر عن وزارة الإعلام الكويتية، ومجلة أفكار هي مجلة ثقافية شهرية تصدر عن وزارة الثقافة الأردنية.

وقد حصلت مجلة الكاتب الأردني، وهي مجلة ثقافية فصلية تصدر عن اتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، على نسبة (8.3%) من تفضيل من أجاب من أفراد العينة، هذه نسبة متدنية قد تدعونا للتساؤل حول أسباب عدم تفضيل الكتاب والأدباء الأردنيين، لمجلة ثقافية تصدر عن الاتحاد الذي ينتسبون إليه ؟

السؤال الثالث: ما دوافع (نفعية – طقوسية) تعرض الكتاب والأدباء للوسائل الإعلامية التالية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف، المجلات) ؟

جدول رقم (19)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة حول دوافع متابعة الوسائل الاعلامية

الدوافع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
لتمضية الوقت وملء وقت الفراغ	0.167	0.376	6
للتسلية والترفيه	0.167	0.376	6
لمتابعة البرامج الثقافية والحوارية المختلفة	0.933	0.252	2
لاكتساب المعرفة والمعلومات	0.867	0.343	3
لمتابعة الأخبار المحلية والعربية والدولية	0.950	0.220	1
للمتابعة المباشرة للأحداث والأخبار والفعاليات المختلفة حال وقوعها	0.833	0.376	4
للمشاركة وتبادل الآراء من خلال ما تتيحه هذه الوسائل من تفاعلية	0.367	0.486	5

* المتوسط الحسابي من درجة واحدة.

ويوضح الجدول رقم (19) أن استجابات أفراد العينة حصلت على متوسطات مرتفعة في كل من الدوافع التالية (لمتابعة الأخبار المحلية والعربية والدولية) حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (0.950) وكان ترتيبها الأول، وجاء دافع (متابعة البرامج الثقافية والحوارية المختلفة) في الترتيب الثاني وحصل على متوسط (0.933)، ودافع (اكتساب المعرفة والمعلومات) وحصل على متوسط (0.867) وترتيبه الثالث، ودافع (المتابعة المباشرة للأحداث والأخبار والفعاليات المختلفة حال وقوعها) وحصل على متوسط (0.833) وكان ترتيبه الرابع، وهذا يوضح أن الدوافع النفعية تتقدم على الدوافع الطقوسية عند أفراد العينة.

وتتفق هذه النتائج من حيث تقدم الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية عند أفراد العينة، مع دراسة (البنا، 2006) التي بحثت في استخدامات المرأة المصرية للدراما التي تبثها الفضائيات العربية والإشباعات المتحققة منها، فقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن في مقدمة دوافع المرأة المصرية لمشاهدة الدراما العربية، أنها تريد معرفة ما يحدث بين الناس في المجتمع بنسبة (79,33%)، وجاء دافع معرفة مشكلات وقضايا المرأة في الترتيب الثاني بنسبة (76,33%)، وتعد هذه الدوافع من الدوافع النفعية مما يعني تغلب الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية.

وتختلف هذه النتائج مع نتائج دراسة (LaRose and S. Eastin,2004)

التي بحثت في دوافع استخدام الجمهور لوسائل الإعلام الحديثة مثل الإنترنت، والإشباعات التي يحققها، فقد أظهرت نتائجها أن أهم دوافع العينة لاستخدام الإنترنت كانت التفاعل الاجتماعي مع الأصدقاء، ومعرفة أصدقاء جدد، وتوافر كم كبير من المعلومات التي يمكنهم

الحصول عليها، كما جاءت دوافع التسلية والترفيه بنسب مرتفعة من إجابات العينة، وجاءت الدوافع الطقوسية مثل التعود وتمضية وقت الفراغ في مرتبة متقدمة بين الدوافع النفعية.

بينما لم تحظ الأسباب الأخرى بمتوسطات حسابية مقبولة إذ حصل دافع (للمشاركة وتبادل الآراء من خلال ما تتيحه هذه الوسائل من تفاعلية) على متوسط حسابي (0.367)، وحصلت الدوافع الطقوسية (لتمضية الوقت وملء وقت الفراغ) و(للتسلية والترفيه) على ادنى متوسط حسابي وقيمته (0.167) .

وبسبب أهمية الإنترنت، وباعتباره من أهم وسائل الإعلام الرقمية، فقد انبثق عن السؤال الرابع المتعلق بدوافع استخدام أفراد العينة لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية، سؤال أضيف إلى الاستبانة لمعرفة دوافع استخدام أفراد العينة لشبكة الإنترنت.

ما دوافع استخدام أفراد العينة لشبكة الإنترنت ؟

جدول رقم (20)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة حول دوافع استخدام الإنترنت

دوافع الاستخدام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
اكتساب معلومات جديدة	0.841	0.370	1
التواصل مع الآخرين	0.636	0.487	6
متابعة الأخبار من خلال مواقع الأخبار الألكترونية	0.614	0.493	7
التسلية وتمضية وقت الفراغ	0.295	0.462	9
التعرف على المستجدات في مجال تخصصك	0.705	0.462	4
تبادل الرسائل من خلال البريد الإلكتروني	0.545	0.504	8

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	دوافع الاستخدام
2	0.451	0.727	للحصول على معلومات غير متاحة في الوسائل الإعلامية الأخرى
5	0.471	0.682	متابعة مواقع ثقافية محددة
2	0.451	0.727	للرجوع إلى قواعد المعلومات

- المتوسط الحسابي من درجة واحدة

ويوضح الجدول رقم (20) أن استجابات أفراد العينة حصلت على متوسطات مرتفعة في عدد من الفقرات حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي فقرة (اكتساب معلومات جديدة) وقيمته (0.841) وهو متوسط مرتفع جداً، وتلتها كل من فقرة (للحصول على معلومات غير متاحة في الوسائل الإعلامية الأخرى) و(للرجوع إلى قواعد المعلومات) بمتوسط (0.727) ثم فقرة (التعرف على المستجدات في مجال تخصصك) بمتوسط (0.705) ثم فقرة (متابعة مواقع ثقافية محددة) بمتوسط (0.683) ثم فقرة (التواصل مع الآخرين) بمتوسط (0.636) ثم فقرة (متابعة الأخبار من خلال مواقع الأخبار الألكترونية) بمتوسط (0.614) ثم فقرة (تبادل الرسائل من خلال البريد الإلكتروني) بمتوسط (0.545) وهذه المتوسطات مرتفعة بشكل عام، وتدل على أن الدوافع النفعية تقدمت على الدوافع الطقوسية بنسب مرتفعة، عند أفراد العينة، إذ تعد جميع النقاط السابقة من الدوافع النفعية.

بينما حصلت فقرة (التسلية وتمضية وقت الفراغ) على متوسط منخفض قيمته (0.295) وهذا يشير إلى أن أفراد العينة من الكتاب والأدباء لا يستخدمون الإنترنت لإشباع دوافع طقوسية مثل التسلية وتمضية وقت الفراغ.

السؤال الخامس: ما اتجاهات الكتاب والأدباء إزاء ازدياد أعداد الوسائل الإعلامية في الأردن وخارجه؟

جدول رقم (21)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاتجاهات عينة الدراسة إزاء ازدياد أعداد الوسائل الإعلامية في الأردن وخارجه

الوسائل الاعلامية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
إن ازدياد أعداد وسائل الإعلام التقليدية في الأردن ظاهرة إيجابية مفيدة للمجتمع.	2.678	0.600
إن ازدياد أعداد وسائل الإعلام الرقمية في الأردن ظاهرة إيجابية مفيدة للمجتمع.	2.574	0.662
إن ازدياد أعداد وسائل الإعلام التقليدية والرقمية العربية ظاهرة إيجابية.	2.627	0.631
ساهمت وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في نشر المعرفة في المجتمع على نطاق أوسع من السابق.	2.800	0.487
المجموع	2.59	0.476

المتوسط الحسابي من ثلاث درجات

ويوضح الجدول رقم (21) أن استجابات أفراد العينة حصلت على متوسطات مرتفعة في مختلف الوسائل الإعلامية إذ تراوحت قيمة هذه المتوسطات ما بين (2.574–2.800) وهي قيم مرتفعة، كما حصل المجموع الكلي لهذه الوسائل على متوسط حسابي قيمته (2.59) وهو متوسط مرتفع أيضا، ويدل على وجود اتجاه إيجابي لدى الكتاب والأدباء إزاء ازدياد أعداد الوسائل الإعلامية الرقمية والتقليدية في الأردن، واتجاه إيجابي إزاء ازدياد أعداد الوسائل الإعلامية العربية، كما أن لديهم اتجاهاً إيحابياً نحو مدى مساهمة وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في نشر المعرفة في المجتمع.

السؤال السادس: ما الإشباعات التي يحصل عليها الكتاب والأدباء من متابعتهم لوسائل الإعلام الرقمية والتقليدية ؟

اشتمل هذا السؤال على مقياس لتحديد درجة تحقق الإشباعات التي يحصل عليها الكتاب والأدباء من الوسائل الاعلامية، وقد تكون المقياس من ثلاث درجات هي :

تحققت تماماً ، وتحققت بدرجة متوسطة ، ولم تتحقق مطلقاً.

ويبين الجدول رقم (22) استجابات أفراد العينة فيما يتعلق بما تحقق لهم من إشباعات.

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيبها لإجابات عينة الدراسة حول الإشباعات المتحققة من متابعة الوسائل الإعلامية

جدول رقم (22)

المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة حول الإشباعات المتحققة لهم من وسائل الإعلام

الإشباعات المتحققة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
ازدادت معرفتي ومعلوماتي	2.29	0.559	1
منحتني الراحة والاسترخاء	1.67	0.685	11
ساعدتني في زيادة تواصلي الاجتماعي	1.88	0.703	10
ساعدتني في التسلية وملء أوقات الفراغ	1.66	0.762	12
ساعدتني في تشكيل آرائي واتجاهاتي حول العديد من الموضوعات والقضايا	2.10	0.742	9
اكتسبت مهارات ومعلومات جديدة	2.12	0.727	8
أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأحداث والأخبار الجارية	2.29	0.726	1
ازدادت معرفتي بمجتمعي الأردني	2.21	0.744	4

الإشباعات المتحققة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
أصبحت أكثر قدرة على مناقشة موضوعات جديدة	2.21	0.695	4
ازدادت معرفتي بالمجتمعات العربية والأجنبية	2.17	0.679	6
جعلتني أكثر انفتاحاً على العالم من حولي	2.17	0.752	6
تعرفت على وجهات النظر الأخرى المعارضة للعديد من الموضوعات المطروحة	2.28	0.720	3

*المتوسط الحسابي من ثلاث درجات

يوضح الجدول رقم (22) أن استجابات أفراد العينة حصلت على متوسطات مرتفعة في عدد من الفقرات حيث حصل على أعلى متوسط حسابي كل من فقرة (ازدادت معرفتي ومعلوماتي) و(أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأحداث والأخبار الجارية) وقيمته (2.29) وهو متوسط مرتفع جدا، وتلتها فقرة (تعرفت على وجهات النظر الأخرى المعارضة للعديد من الموضوعات المطروحة) بمتوسط (2.28) ثم كل من (ازدادت معرفتي بمجتمعي الأردني) و(أصبحت أكثر قدرة على مناقشة موضوعات جديدة) بمتوسط (2.21) ثم كل من (ازدادت معرفتي بالمجتمعات العربية والأجنبية) و (جعلتني أكثر انفتاحاً على العالم من حولي) بمتوسط (2.17) تلتها (اكتسبت مهارات ومعلومات جديدة) بمتوسط (2.12) و(ساعدتني في تشكيل آرائي واتجاهاتي حول العديد من الموضوعات والقضايا) بمتوسط (2.10) وهذا يدل على أن الوسائل الإعلامية قد حققت هذه الإشباعات لدى الكتاب والادباء، كما يدل على أن جميع هذه الإشباعات تتعلق بحاجات ودوافع نفعية وليست

طقوسية، وأن هذه الحاجات هي التي تغلب على طبيعة متابعة أفراد العينة للوسائل الإعلامية المختلفة .

بينما لم تتحقق الإشباعات في كل من (ساعدتني في زيادة تواصلي الاجتماعي) وحصلت على متوسط (1.88) و(منحتني الراحة والاسترخاء) وحصلت على متوسط (1.67) و(ساعدتني في التسلية وملء أوقات الفراغ) إذ حصلت على أقل متوسط حسابي وقيمته (1.66) وهي قيم منخفضة، ويدل هذا على عدم تحققها لدى الكتاب والأدباء. وهنا يظهر اختلاف نتائج هذه الدراسة مع العديد من الدراسات الأخرى التي بحثت في الإشباعات المتحققة للجمهور من متابعة الوسائل الإعلامية، التي أظهرت نتائجها أن الإشباعات المتعلقة بالتسلية وملء وقت الفراغ، والشعور بالراحة والاسترخاء، قد تحققت عند الجمهور بنسب مرتفعة، وكانت في بداية الإشباعات المتحققة للجمهور، حسب ما ورد في دراسة (بركات،2004 : ص135) و دراسة (Kristin M.Barton, 2009 : page 467).

قد نعزو السبب في هذا الاختلاف، إلى اختلاف الفئة العمرية التي بحثتها الدراسات السابقة عن الفئة العمرية التي بحثتها هذه الدراسة، حيث أن هذه الدراسات بحثت الفئة الشابة، بينما كان أغلب أفراد عينة الدراسة الحالية من الفئة العمرية (50 فأكثر) وشكلوا (36%) من العينة، ومما لا شك فيه أن الفئة العمرية لها تأثير على الحاجات التي يسعى الأفراد لإشباعها من خلال متابعة الوسائل الإعلامية.

السؤال السابع : ما مدى مساهمة الكتاب والأدباء في صناعة رسالة الثقافة الجماهيرية التي تبث عبر الوسائل الإعلامية ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم وضع عدة أسئلة في الاستبانة، حول مشاركة أفراد العينة في الوسائل الإعلامية المختلفة وكانت الإجابات كالتالي :

جدول رقم (23)

هل يستخدم أفراد العينة الإنترنت[6]

يستخدم الإنترنت	العدد	النسبة
نعم	46	%76.7
لا	14	%23.3
المجموع	60	%100.0

يوضح الجدول رقم (23) إجابات أفراد العينة عن السؤال المتعلق باستخدامهم لشبكة الإنترنت، وكما يظهر فإن نسبة من يستخدمون الإنترنت من أفراد العينة هي (76.7%) وهي نسبة مرتفعة ، مقابل (23.3%) لا يستخدمونه، وتتوافق هذه النتيجة نوعاً ما مع نتائج دراسة (بركات ، 2004 : ص 121) فقد أشارت نتائج دراسته إلى أن (75%) من إجمالي العينة يستخدمون الإنترنت في حين أن (25%) لا يتعاملون معه مطلقاً، ويحكم هذه النتيجة العديد من الخصائص المرتبطة بالعينة، مثل توافر جهاز كمبيوتر، وإجادة استخدام الكمبيوتر، وإجادة اللغة الإنجليزية، والفئة العمرية لأفراد العينة. كما أن هذه النتائج تتوافق مع دراسة (عبد الجواد ، 2006) حيث أشارت نتائج دراسته حول استخدام الصفوة العربية لوسائل الاعلام الإلكترونية، إلى أن (34,25%) من أفراد العينة يتابعون وسائل الإعلام الإلكترونية وأهمها الصحف الإلكترونية.

[6] أنظر الجدول رقم (20) لمعرفة دوافع استخدام أفراد العينة لشبكة الإنترنت.

جدول رقم (24)

هل يملك أفراد العينة مدونة على الإنترنت[7]

يملك مدونة	العدد	النسبة
نعم	16	%26.6
لا	43	%71.6
المجموع	59	%97.2

يوضح الجدول رقم (24) إجابات العينة عن السؤال المتعلق بامتلاكهم لمدونة إلكترونية على شبكة الإنترنت، ونلاحظ أن نسبة (51.7%) من أفراد العينة لا يمتلكون مدونة على شبكة الإنترنت، وهي نسبة مرتفعة، في المقابل فإن نسبة (27.1%) من أفراد العينة يمتلكون مدونة على شبكة الإنترنت، نستنتج من هذه النتيجة أن هناك أسباباً أخرى لاستخدام نسبة كبيرة من أفراد العينة لشبكة الإنترنت ، وأن مشاركة الكتاب والأدباء في صناعة الرسالة الإعلامية التي تبث من خلال الوسائل الرقمية مثل الإنترنت، هي مشاركة محدودة وقليلة نسبياً.

هل سبق وأن شاركت في (برنامج تلفزيوني، برنامج إذاعي، برنامج تفاعلي عبر الإنترنت، رسائل إلى المحرر في الصحف) ؟

جدول رقم (25)

مشاركة المبحوثين في الوسائل الإعلامية

الوسيلة الإعلامية	العدد	النسبة
تلفاز	26	%43.3
إذاعة	31	%51.7
الإنترنت	32	%53.3
رسائل الى المحرر	42	%70.0

* سمح لأفراد العينة في هذا السؤال باختيار أكثر من إجابة

[7] يظهر الجدول رقم (24) أن عدد من أجاب من أفراد العينة على السؤال المتعلق بامتلاكهم لمدونة على الإنترنت هو (59) فرداً، في حين لم يجب فرد واحد من العينة على هذا السؤال.

يبين الجدول رقم (25) أن نسبة (70.7%) من أفراد العينة، قد تفاعلوا مع الوسيلة الاعلامية من خلال إرسالهم رسائل إلى المحرر في الصحف والمجلات، وأن نسبة (53.3%) من أفراد العينة قد شاركوا في مداخلات عبر المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت، وأن نسبة (51.7%) قد شاركوا في مداخلات عبر المحطات الإذاعية، وأن نسبة (43.3%) شاركوا في مداخلات عبر البرامج التي تبث على القنوات التلفزيونية، وجميع هذه نسبة مرتفعة وتدل على وجود تفاعل بين الكتاب والأدباء وبين الوسيلة الإعلامية. وتؤكد مشاركة (70.0%) من افراد العينة في إرسال رسائل إلى المحرر، في الصحف والمجلات التي تعتبر من وسائل الاعلام التقليدية، على ما ورد في دراسة (عبد الجواد، 2006) من أن إجمالي العينة من الصفوة رغم متابعتها لوسائل الإعلام الإلكترونية بشكل شبه دائم إلا أنهم لا يستطيعون الاستغناء عن الوسائل التقليدية.

السؤال الثامن : هل توجد فروق في عادات الكتاب والأدباء الأردنيين الاتصالية تعزى لخصائصهم الديمغرافية ؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية يعزى لمتغير النوع ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام اختبار مان ويتنيMann-Whitney U للمقارنة بين أفراد العينة من حيث النوع (الذكور والإناث) في نمط التعرض للوسائل الإعلامية.

جدول (26)

نتائج اختبار "مان ويتني" لتحديد الفروق بين إفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية بين الذكور والإناث

الوسائل الإعلامية	ذكور		اناث		قيمة اختبار مان ويتني	مستوى الدلالة
	متوسط الرتب	مجموع الرتب	متوسط الرتب	مجموع الرتب		
التلفاز الأرضي	28.51	1454.00	41.78	376.00	128.000	0.027
التلفاز الفضائي	31.39	1601.00	25.44	229.00	184.000	0.296
الصحف اليومية	31.88	1626.00	22.67	204.00	159.000	0.066
الصحف الأسبوعية	29.09	1483.50	38.50	346.50	157.500	0.119
المحطات الإذاعية	29.32	1495.50	37.17	334.50	169.500	0.186
الإنترنت	29.65	1512.00	35.33	318.00	186.000	0.325
المجلات	28.99	1478.50	39.06	351.50	152.500	0.096

الكتب	31.91	1627.50	22.50	202.50	157.500	0.032
دور السينما	28.51	1454.00	41.78	376.00	128.000	0.010

ويتضح من الجدول رقم (26) أن مستوى الدلالة لاختبار "مان ويتني" كان أقل من (0.05) لكل من الوسائل الاعلامية (التلفاز الارضي) و(قراءة الكتب) و(دور السينما) وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في نمط التعرض لهذه الوسائل.

ويتبين من خلال قيم متوسط الرتب أن الفروق كانت لصالح الإناث في (التلفاز الارضي) و(دور السينما) بينما كانت لصالح الذكور في (قراءة الكتب)، وبمعنى آخر أظهرت نتائج الاختبار أن تعرض الإناث أكثر من تعرض الذكور في وسائل التلفاز الأرضي ودور السينما، بينما كان تعرض الذكور أكثر من تعرض الإناث في قراءة الكتب.

وقد يعزى ذلك إلى أن أوقات الفراغ عند الإناث، تختلف عن أوقات الفراغ عند الذكور، من حيث مدتها، وكيفية قضائها، حيث أن العديد من الكاتبات المنتسبات لاتحاد الكتاب، قد لا يمتلكن الوقت الكافي لقراءة الكتب، ويقضين معظم أوقات فراغهن في متابعة التلفزيون مع عائلاتهم، أما الذكور فهم يمتلكون أوقات فراغ أكبر، وخاصة الفئة العمرية (50 فأكثر) فأغلب هذه الفئة هم من المتقاعدين، وحتى الفئات العمرية الأقل ورغم عملهم إلا أنهم يمتلكون أوقات فراغ أكبر، تمكنهم من قراءة الكتب أكثر من الإناث.

في حين كان مستوى الدلالة لباقي الوسائل الإعلامية أكبر من (0.05) وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط تعرض الذكور والإناث لهذه الوسائل، مثل (الإذاعات، والإنترنت، والصحف اليومية).

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية يعزى لمتغير العمر ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام اختبار كروسكال ويلز Kruskal-Wallis للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب متغير العمر.

جدول رقم (27)

نتائج اختبار كروسكال ويلز للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب العمر

الوسائل الإعلامية	متوسط الرتب				قيمة مربع كاي	مستوى الدلالة
	من 20 الى 29	من 30 الى 39	من 40 الى 49	50 فاكثر		
التلفاز الأرضي	25.000	27.600	36.471	28.389	3.147	0.370
التلفاز الفضائي	25.250	44.500	25.971	30.986	5.631	0.131
الصحف اليومية	10.250	39.000	34.118	28.736	7.904	0.048
الصحف الأسبوعية	47.250	32.400	35.735	26.833	5.471	0.140
المحطات الإذاعية	46.250	31.600	34.235	27.708	3.783	0.286
الإنترنت	44.500	44.500	34.294	25.986	9.216	0.027
المجلات	15.500	33.100	33.676	29.472	2.473	0.480
الكتب	19.250	30.800	31.118	30.792	1.780	0.619
دور السينما	53.250	39.500	36.441	25.181	15.072	0.002

قيمة مربع كاي الجدولية = 7.815

يبين الجدول رقم (27) أن قيمة مربع كاي لاختبار "كروسكال ويلز" دالة إحصائيا حيث كانت أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) لكل من الوسائل الإعلامية (الصحف اليومية) و(الإنترنت) و(دور السينما)، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط التعرض لهذه الوسائل تعزى لمتغير العمر، بينما لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوسائل الإعلامية الأخرى تعزى لمتغير العمر.

قد يرجع السبب في ذلك إلى أن الفئات العمرية الأكبر سناً، قد تميل إلى متابعة الصحف اليومية أكثر من تصفح الإنترنت، فهي تميل للوسائل التقليدية أكثر، أو أنها تميل لمتابعة هذه الوسائل بحكم التعود.

ويتبين من خلال قيم متوسط الرتب لوسيلة (الصحف اليومية) أن تعرض الفئة العمرية **(من 30 الى 39)** أكبر من تعرض الفئة العمرية **(من 20 الى 29)**، وفي (تصفح الانترنت) يظهر بوضوح أن تعرض الفئتين العمريتين **(من 20 الى 29)** و**(من 30 الى 39)** أكثر من تعرض الفئة العمرية **(50 فأكثر)**، وهذا يدل على أنه كلما زادت الفئة العمرية، قل الميل لاستخدام الوسائل الرقمية الحديثة، و زادت نسبة استخدام الوسائل التقليدية مثل الصحف.

وبالنسبة لوسيلة (دور السينما) يتضح أن تعرض فئة **(من 20 الى 29)** أكبر من فئة **(50 فأكثر)** وينطبق ما ذكر سابقاً عن علاقة التقدم في العمر ومتابعة نوع معين من الوسائل الإعلامية على دور السينما أيضاً، لأن دور السينما حالياً أصبحت تستهدف فئة الشباب، أكثر من الفئات الأخرى، وطبيعة المواد السينمائية التي يتم إنتاجها تستقطب فئة الشباب تحديداً.

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية يعزى لمتغير الحالة الاجتماعية ؟

وللإجابة عن هذا السؤال تم استخدام اختبار كروسكال ويلز Kruskal-Wallis للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب الحالة الاجتماعية.

جدول رقم (28)

نتائج اختبار كروسكال ويلز للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب الحالة الاجتماعية

الوسائل الإعلامية	متوسط الرتب			قيمة مربع كاي	مستوى الدلالة
	أعزب/عزباء	متزوج/متزوجة	مطلق/ارمل		
التلفاز الأرضي	24.800	30.941	32.000	0.657	0.720
التلفاز الفضائي	36.800	31.314	12.250	6.327	0.042
الصحف اليومية	27.500	30.755	31.000	0.257	0.879
الصحف الأسبوعية	39.300	29.971	26.250	1.695	0.429
المحطات الإذاعية	44.400	28.598	37.375	4.969	0.083
الإنترنت	44.500	29.471	26.125	4.355	0.113
المجلات	23.500	30.833	35.000	1.183	0.554

الكتب	29.600	30.676	29.375	0.072	0.964
دور السينما	39.500	29.814	28.000	2.237	0.327

قيمة مربع كاي الجدولية = 5.991

يوضح الجدول رقم (28) أن قيمة مربع كاي لاختبار "كروسكال ويلز" دالة إحصائيا، إذ كانت أكبر من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) في الوسيلة الإعلامية (التلفاز الفضائي) فقط، وهذا يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط التعرض للتلفاز الفضائي، تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية، بينما لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في الوسائل الإعلامية الأخرى تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.

ويتبين من خلال قيم متوسط الرتب لوسيلة (التلفاز الفضائي) أن تعرض فئة (**أعزب/عزباء**) أكبر من فئة (**مطلق/أرمل**) بشكل واضح.

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في نمط التعرض للوسائل الاعلامية يعزى لمتغير الدخل ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام اختبار كروسكال ويلز Kruskal-Wallis للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب الدخل.

جدول رقم (29)

نتائج اختبار كروسكال ويلز للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب الدخل

الوسائل الإعلامية	متوسط الرتب				قيمة مربع كاي	مستوى الدلالة
	أقل من 500	من 500 إلى 1000	من 1001 إلى 2000	أكثر من 2000		
التلفاز الأرضي	29.58	31.43	34.00	24.00	0.542	0.909
التلفاز الفضائي	30.92	29.55	28.90	44.50	0.945	0.814
الصحف اليومية	28.77	33.52	27.50	39.00	2.126	0.547
الصحف الأسبوعية	28.23	34.86	25.50	39.00	2.742	0.433
المحطات الإذاعية	29.83	30.10	31.60	55.50	2.408	0.492
الإنترنت	28.09	33.17	32.40	44.50	2.176	0.537
المجلات	28.02	33.36	33.10	39.50	1.747	0.626

الكتب	32.86	26.43	30.80	36.50	3.849	0.278
دور السينما	30.32	27.67	39.90	49.00	4.699	0.195

قيمة مربع كاي الجدولية = 7.815

يوضح الجدول رقم (29) أن قيم مربع كاي لاختبار "كروسكال ويلز" غير دالة إحصائيا حيث كانت أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) في جميع الوسائل الإعلامية وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط التعرض لهذه الوسائل يعزى لمتغير الدخل.

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين أفراد عينة الدراسة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية يعزى لمتغير المستوى العلمي ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم استخدام اختبار كروسكال ويلز Kruskal-Wallis للمقارنة بين أفراد العينة و نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب المستوى العلمي.

جدول رقم (30)

نتائج اختبار كروسكال ويلز للمقارنة بين أفراد العينة في نمط التعرض للوسائل الإعلامية حسب المستوى العلمي

الوسائل الإعلامية	متوسط الرتب				قيمة مربع كاي	مستوى الدلالة
	توجيهي فأقل	دبلوم	بكالوريوس	دراسات عليا		
التلفاز الأرضي	24.667	26.750	30.308	34.000	2.037	0.565
التلفاز الفضائي	22.333	28.250	32.385	31.400	2.221	0.528
الصحف اليومية	17.250	28.063	30.962	34.850	7.742	0.052
الصحف الأسبوعية	36.250	18.750	31.500	32.175	4.955	0.175
المحطات الإذاعية	27.750	22.750	31.308	33.375	2.627	0.453
الإنترنت	27.917	33.125	28.327	33.050	1.365	0.714
المجلات	37.167	27.750	30.923	29.050	1.333	0.721
الكتب	36.500	32.938	29.462	29.075	2.247	0.523
دور السينما	27.417	32.563	26.712	35.525	4.776	0.189

قيمة مربع كاي الجدولية = 7.815

يبين الجدول رقم (30) أن قيم مربع كاي لاختبار "كروسكال ويلز" غير دالة إحصائيا، حيث كانت أقل من قيمتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) في جميع الوسائل الإعلامية وهذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط التعرض لهذه الوسائل يعزى يعزى لمتغير المستوى العلمي.

وتختلف هذه النتيجة مع نتيجة بعض الدراسات مثل دراسة (بركات ،2004 : ص122) التي أظهرت نتائجها، وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط تعرض أفراد العينة للإنترنت يعزى لمتغير المستوى التعليمي لهم و لأسرهم، ودراسة أخرى قامت بها الباحثة (الغزاوي، 2008 : ص 44) حول متابعة المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والإشباعات المتحققة منها، أظهرت نتائجها وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تعرض المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة تعزى لاختلاف مؤهلاتها العلمية.

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

المبحث الأول: أبرز نتائج الدراسة

خلصت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج، ومن أهمها وأبرزها ما يلي :

- أظهرت الدراسة أن أكثر الوسائل الإعلامية التي يتعرض لها الكتاب والأدباء، هي الكتب، وقد حصلت على أعلى متوسط حسابي وهو (3.75) وجاءت في الترتيب الأول. تلتها في الترتيب الثاني الصحف اليومية وحصلت على متوسط (3.50)، وجاء التلفاز الفضائي في الترتيب الثالث من حيث تعرض أفراد العينة له وحصل على متوسط (3.35)، وجميعها متوسطات مرتفعة. بينما حصلت دور السينما والتلفاز الأرضي والمجلات على أقل المتوسطات الحسابية وتراوحت النسب بين (1.42) و (2.37) من حيث متابعة أفراد العينة لها.
- بينت الدراسة أن أفراد العينة يفضلون التعرض في الفترة المسائية للوسائل التالية (التلفاز الأرضي، والتلفاز الفضائي، وتصفح الإنترنت، وقراءة الكتب) حيث جاءت نسب تعرضهم (58.8) و(53.8) و(52.4) و(50.0) على التوالي، ويفضلون التعرض في الفترة الصباحية إلى الوسائل التالية (الصحف اليومية، والمحطات الإذاعية، والصحف الأسبوعية) وجاءت نسب تعرضهم (76.3) و(60.6) و(37.0) على التوالي.
- وفيما يخص عدد ساعات تعرض افراد العينة للوسائل الإعلامية، فقد حصلت قراءة الكتب على أعلى نسبة تعرض، حيث أن (28.3%) من افراد العينة يتعرضون لها بمعدل (4−6)

ساعات يومياً، تلتها في الترتيب الثاني تصفح الإنترنت بنسبة (10%) من أفراد العينة يتصفحون الإنترنت لأكثر من ست ساعات يومياً، بينما حصلت دور السينما على أكبر نسبة من الوسائل الإعلامية غير المتابعة حيث بلغت (77.2%) من أفراد العينة.

- جاءت وسائل الإعلام الرقمية في الترتيب الأول من حيث تفضيل الكتاب والأدباء لها، وحصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (3.73)، وجاءت وسائل الاعلام العربية في الترتيب الثاني من حيث تفضيل أفراد العينة وحصلت على متوسط (3.63)، تلتها وسائل الإعلام المحلية التقليدية مثل التلفاز الأرضي والصحف، في الترتيب الثالث بمتوسط (3.40)، ولم تحصل الوسائل الدولية الناطقة بلغات أجنبية على تفضيل أفراد العينة، وحصلت على متوسط حسابي منخفض وهو(2.62)، وحصلت القنوات العربية الترفيهية على أدنى متوسط حسابي وقيمته (1.93).
- حصلت (قناة الجزيرة الفضائية الإخبارية) على أعلى نسبة تفضيل من قبل الكتاب والأدباء، حيث أن (70.0%) من أفراد العينة يفضلونها، وجاءت الفضائية الأردنية في الترتيب الثاني بنسبة (33.3%) من أفراد العينة، تلتها في الترتيب الثالث قناة العربية الإخبارية وحصلت على تفضيل (23.3%) من أفراد العينة.
- حصلت إذاعة عمان على أعلى نسبة تفضيل بنسبة (28.3%) من أفراد العينة، تلتها إذاعة البي بي سي وحصلت على تفضيل (13.3%) من أفراد العينة، بينما حصلت إذاعة مونتي كارلو و إذاعة روتانا على أدنى مسوى تفضيل من قبل أفراد العينة بنسبة (5.0%) من أفراد العينة.
- حصلت صحيفتا الدستور والرأي على أعلى نسب تفضيل من قبل أفراد العينة، بفارق طفيف لصالح صحيفة الدستور، إذ حصلت على تفضيل (60%) من افراد العينة، وحصلت

صحيفة الرأي على تفضيل (56.7%) من أفراد العينة. وعلى صعيد الصحف الأسبوعية، فقد حصلت صحيفة الشاهد الأسبوعية على اعلى نسبة تفضيل وهي (16.7%) من أفراد العينة.

- تقدمت الدوافع النفعية على الدوافع الطقوسية بنسب مرتفعة، وكان دافع (متابعة الأخبار المحلية والعربية والدولية) من أهم دوافع متابعة الكتاب والأدباء للوسائل الإعلامية وحصل على أعلى متوسط حسابي وقيمته (0.950)، وجاء في الترتيب الثاني والثالث على التوالي دافع (متابعة البرامج الثقافية والحوارية المختلفة) ودافع (اكتساب المعرفة والمعلومات) بمتوسطات حسابية (0.933) و (0.867).
- حصلت الدوافع الطقوسية (تمضية وقت الفراغ) و(التسلية والترفيه) على أدنى متوسط حسابي وقيمته (0.167)، كما حصلت الدوافع الطقوسية لاستخدام أفراد العينة للإنترنت على أدنى متوسط حسابي وقيمته (0.295).
- بينت الدراسة أن دوافع (اكتساب معلومات جديدة) و(الحصول على معلومات غير متاحة عبر الوسائل الإعلامية الأخرى) و(الرجوع لقواعد البيانات)، كانت من أهم دوافع أفراد العينة لتصفح الإنترنت، وحصلت على أعلى متوسطات حسابية وقيمتها (0.841) و(0.727) على التوالي.
- أظهرت الدراسة أن لدى الكتاب والأدباء اتجاهاً إيجابياً إزاء ازدياد أعداد الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية في الأردن ، وفي الدول العربية، كما أن لديهم اتجاهاً إيجابياً نحو مدى مساهمة وسائل الإعلام التقليدية والرقمية في نشر المعرفة في المجتمع.
- تبين من الدراسة أن كلاً من فقرة (ازدات معرفتي ومعلوماتي) و (أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأحداث والأخبار الجارية) تعد من أهم الإشباعات التي تحققها الوسائل الإعلامية

للكتاب والأدباء، فقد حصلت على أعلى متوسط حسابي وقيمته (2.29)، تلتها فقرة (تعرفت على وجهات النظر الأخرى المعارضة للعديد من الموضوعات المطروحة) وفقرة (ازدادت معرفتي بمجتمعي الأردني) بمتوسطات حسابية مرتفعة وقيمتها (2.28) و(2.21) على التوالي. بينما لم تتحقق الإشباعات في كل من فقرة (ساعدتني في زيادة تواصلي الاجتماعي) و (منحتني الراحة والاسترخاء) وحصلوا على متوسطات متدنية وقيمتها (1.88) و(1.67).

- أظهرت الدراسة أن نسبة (65%) من أفراد العينة يشاركون في صناعة الرسالة الإعلامية، إما من خلال تقديمهم لبرامج إذاعية أو تلفزيونية، أو من خلال كتابتهم في الصحف والمجلات.
- بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط التعرض للوسائل الإعلامية تعزى لمتغير الجنس، حيث ظهر أن النساء أكثر تعرضاً للتلفاز الأرضي، وارتياد دور السينما من الذكور، بينما كانت الفروق لصالح الذكور في قراءة الكتب أكثر من النساء.
- كما بينت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أنماط تعرض الكتاب والأدباء للوسائل الإعلامية تعزى لمتغير العمر، فقد أظهرت النتائج أن الفئة العمرية من (30–39) تتعرض للصحف اليومية أكثر من تعرض الفئة العمرية من (20–29) لها.
- وأظهرت الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نمط تعرض أفراد العينة للوسائل الإعلامية يعزى لمتغير المستوى التعليمي، كما أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في نمط التعرض للوسائل الإعلامية يعزى لمتغير مستوى الدخل الفردي.

المبحث الثاني: توصيات الدراسة

خرجت هذه الدراسة بمجموعة من التوصيات ، وهي كالتالي :

- أظهرت نتائج الدراسة اهتمام فئة المثقفين من الكتاب والأدباء بمتابعة الوسائل الإعلامية سواء كانت الوسائل التقليدية أو الوسائل الرقمية، وبالرغم من أن هذه الفئة هي من جمهور الوسائل الإعلامية إلا أنه لا توجد دراسات كافية عنيت بها ودرست علاقتها بالوسائل الإعلامية، ولهذا يجب على الباحثين الاهتمام بعمل دراسات تخص الفئة المثقفة وعلاقتها بالوسائل الإعلامية .
- يجدر بالقائمين على الوسائل الإعلامية التي لم تحصل على نسب تفضيل أو متابعة مرتفعة من قبل أفراد العينة مثل (القنوات الإذاعية والصحف الأسبوعية) أن تسعى لدراسة جمهور الكتاب والأدباء حتى تقدم لهم المضمون الذي يلبي احتياجاتهم، وبذلك تضم فئة نخبوية مؤثرة إلى جمهورها.
- يجب أن تسعى الوسائل الإعلامية التقليدية والرقمية التي حازت على نسب تفضيل ومتابعة مرتفعة من قبل أفراد العينة، للاستفادة من خبرات هذه الفئة وارآئها في تطوير وتجويد رسالتهم الإعلامية، والمضامين الثقافية التي يقدمونها.

- يجدر بالفئة المثقفة من الكتاب والأدباء أن يسعوا للمشاركة في صنع الرسالة الإعلامية، من خلال زيادة مشاركتهم في الوسائل الإعلامية المختلفة، وتزويد هذه الوسائل بنتاجهم الأدبي والثقافي المتنوع.

قائمة المراجع والمصادر

المراجع العربية :

- أحمد، طارق، (2004). **الإعلام المحلي وقضايا المجتمع**، القاهرة: دار المعرفة الجامعية.
- إسماعيل، محمود، (1998). **مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير**، القاهرة: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- ألترمان، جون ،(2003). **إعلام جديد، سياسة جديدة**، ط(1). (ترجمة عبدالله الكندي) العين: دار الكتاب الجامعي.
- أبوعلام، رجاء،(2007). **مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية**، ط(6) القاهرة: دار النشر للجامعات.
- بيومي، محمد، (2004). **دور الصفوة في اتخاذ القرار السياسي**، القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- حجاب، محمد منير، (2003). **الموسوعة الإعلامية**، دار الفجر، المجلد الثاني.
- حسن، سمير إبراهيم، (2007). **الثقافة والمجتمع**، دمشق: دار الفكر.
- جرار، صلاح، (2003). **المثقف والتغيير**، المؤسسة العربية للدراسات والنشر.

- روو ،وليم،(1989). **الصحافة العربية، الإعلام الإخباري وعجلة السياسة في العالم العربي.** (ترجمة موسى الكيلاني)، عمان: مركز الكتاب الأردني (الكتاب الأصلي منشور سنة 1987).
- **سلسة الثقافة والمثقف في الوطن العربي**،(1992). رقم السلسة (10) مركز دراسات الوحدة العربية.
- شفيق، حسنين، (2008). **الإعلام التفاعلي**، ط (1)، القاهرة.
- عمر، السيد أحمد، (2008). **البحث الإعلامي، مفهومه،إجراءاته، ومناهجه،** ط(3)، الشارقة: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- عليان، ربحي، وغنيم،عثمان،(2008). **أساليب البحث العلمي**، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- العبدالله، مي ،(2001). **التلفزيون في لبنان والعالم العربي**، ط(1)، لبنان: دار النهضة العربية للطباعة والنشر.
- الطرابيشي،ميرفت والسيد،عبدالعزيز (2006). **نظريات الاتصال**، القاهرة: دار النهضة العربية.
- الفار، محمد جمال، (2006). **المعجم الإعلامي**، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، دار المشرق الثقافي.

- مراد، صلاح وهادي، فوزية (2002). **طرائق البحث العلمي تصميماتها وإجراءتها**، الكويت: دار الكتاب الحديث.
- الموسى، عصام، (2009). **المدخل في الاتصال الجماهيري**، عمان: إثراء للنشر والتوزيع.
- الموسى، عصام، (2002). **تطوير الثقافة الجماهيرية العربية**، أبوظبي: مركز الدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- منصور، عبدالملك ،(2004). **النخب والجماهير العربية-مفردات الإشكالية ومقدماتها**، الشارقة: دائرة الثقافة والإعلام.
- مكاوي، حسن، والسيد، ليلى، (2007). **الاتصال ونظرياته المعاصرة**، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية للنشر.

- **أبحاث ودراسات منشورة:**

- بركات، وليد، (2004). " استخدامات الشباب الكويتي لشبكة الإنترنت والإشباعات التي تحققها"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 23.
- البنا، حازم، (2006). " استخدامات المرأة المصرية للدراما العربية التي تعرضها القنوات الفضائية والإشباعات المتحققة منها"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الثاني من المجلد السابع.

- البنا، فرج، (2008). " تقييم الصفوة المصرية للتغطية الإعلامية في الصحافة والتلفزيون لأحداث التحول الديمقراطي في المنطقة العربية "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 31.

- سليم، حنان، (2008). " اتجاهات النخبة الألمانية نحو إدراة القنوات الإخبارية الأجنبية للأزمات العربية" ، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 30.

- عبد الجواد، خالد، (2006). " علاقة الصفوة العربية بالحاسب الآلي واستخدام الإنترنت"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 26.

- عبده، سلام، (2004). "استخدامات أعضاء النقابات المهنية للمجلات النقابية والإشباعات المتحققة منها "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 22.

- عمارة، نائلة، (2005). " دور القنوات الفضائية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور العربي نحو العولمة "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 25.

- الغزاوي، أمال، (2008). " استخدامات المرأة العربية للمسلسلات المدبلجة والإشباعات المتحققة "، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 32.

- قبيلات، سعود، 2010، صحيفة الرأي، الجمعة (14) أيار، العدد 14460، الملحق الثقافي.

- مصطفى، هويدا، (2003). "مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 21.
- مراد، ماجدة، (2005). " دور الدراما الإذاعية في إشباع احتياجات المراهق الكفيف"، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، العدد 25.
- النمر، أميرة، (2007). " اعتماد المراهقين السعوديين على وسائل الإعلام في المعرفة بالقضايا المحلية والعربية والدولية"، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، العدد الرابع.

دراسات وأبحاث غير منشورة:

- الحسن، نديم، (2008). " اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية "، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

صحف :

صحيفة الرأي، الملحق الثقافي، 14 آيار 2010 : مقال ص 3، سعود قبيلات.

الدراسات الأجنبية المنشورة:

- Ancu,M and Cozma,R. (2009) MY Space Politics: Uses and Gratifications of Befriending candidates. ***Journal of Broadcasting & Electronic Media***, 53 (4), 567-583.
- Papacharissi,Z and Mendelson,A,L. (2007) An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. ***Journal of Broadcasting & Electronic Media*** ,51,(2), 355-370.
- Barton, K, M. (2009) Reality Television Programming and Diverging Gratifications: The Influence of Content on Gratifications Obtained. ***Journal of Broadcasting & Electronic Media***, 53, (3), 460-476.
- LaRose, R and Eastin, M, S. (2004) A Social Cognitive Theory of Internet Uses and Gratifications: Toward a New Model of Media Attendance. ***Journal of Broadcasting & Electronic Media***, 48, (3), 358-377.

المواقع الإلكترونية:

1.موقع الملتقى التربوي الإلكتروني

http://www.multka.net/vb/showthread.php?t=221074

تاريخ الدخول للموقع: 15-11-2010

2. موقع مجلة عرب سات الإلكترونية

مقال د.خضر محجز(مابعد الحداثة: الثقافة، الهوية، التفسير)

http://www.arabesques-editions.com/almajala/1/article1660939.html

تاريخ الدخول للموقع : 10-12-2010

الملاحق

ملحق رقم (1)

الاستبانة

حضرة الأستاذ/ة العضو في اتحاد الكتاب والآدباء الأردنيين

تحية طيبة وبعد :

أقدم لكم هذه الاستبانة البحثية راجيا منكم التكرم بالإجابة عن أسئلتها، حيث وقع الاختيار عليكم ضمن عينة هذا البحث الدراسية وتأتي هذه الاستبانة ضمن البحث الذي أجريه حول:

(الكتاب والأدباء الأردنيون والإشباعات المتحققة لهم من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية).

[8]وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام من جامعة الشرق الأوسط . وأؤكد هنا على سرية إجاباتكم عن أسئلة هذه الاستبانة، إذ إنها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط، مع التأكيد على أن لا ضرورة لذكر الاسم.

إن هذا البحث يهدف إلى معرفة أنماط متابعة نخبة المثقفين الأردنيين المنتسبين لاتحاد الكتاب والأدباء الأردنيين، لوسائل الإعلام التقليدية والرقمية والإشباعات المتحققة لهم من متابعتهم لهذه الوسائل.

مع خالص شكري وتقديري لكم

منى أحمد المصري

[8] ونعني بالوسائل التقليدية وسائل الإعلام القديمة الموجودة قبل ظهور الإنترنت وظهور الفضائيات مثل (الصحافة والراديو والتلفزيون الأرضي). أما الوسائل الرقمية فنقصد بها الوسائل التي ظهرت بعد الثورة الرقمية مثل (الإنترنت والقنوات الفضائية)

أرجو وضع إشارة(X) عند الإجابة المناسبة:

1. النوع :

( ) ذكر ( ) أنثى

2. العمر

( ) 20- 29 سنة ( ) 30 -39 سنة ( ) 40 – 49 سنة ( ) 50 فأكثر

3. الحالة الاجتماعية:

( ) أعزب/عزباء ( ) متزوج/ة ( ) غيرذلك، حدد:......................

4. كم يبلغ دخلك الشهري :

( ) أقل من 500 دينار ( ) من 500-1000 دينار ( ) من 1001-2000 دينار

( ) أكثر من 2000

5. المستوى التعليمي:

( ) توجيهي فأقل ( ) دبلوم ( ) بكالوريوس ( ) دراسات عليا

غير ذلك (حدده) :..

6. هل درست خارج الأردن ؟

( ) نعم: (لطفاً حدد أين):................................. ( ) لا

7. لطفا أذكر المهنة التي تزاولها حالياً:

....

8. هل لك مدونة مستقلة على الإنترنت ؟

( ) نعم ( ) لا

9. هل سبق وأن شاركت في (يمكنك اختيار أكثر من إجابة بوضع إشارة **X** عند الاختيار المناسب):

( ) في برامج تلفازية تفاعلية.

( ) في برامج إذاعية تفاعلية.

( ) في مواقع الإنترنت والصحافة الإلكترونية.

( ) في رسائل إلى المحرر في الصحف والمجلات.

10. هل تتقن لغة أجنبية (أو أكثر)، يمكنك التفاهم بها مع الآخرين والقراءة فيها ؟

( ) نعم، حددها لطفاً:.................................... ( ) لا

11. هل عشت خارج الأردن ؟

( ) نعم، لطفاً اذكر أين:............................. ( ) لا

12. مكان الإقامة الحالي :

( ) مدينـــة عمـــان ( )مدينـــة الزرقـــاء ( ) مدينـــة إربـــد ( ) غيـــر ذلك(حدده):..

13. لطفا حدد أي من الوسائل الإعلامية التالية تتعرض لها (يمكنك اختيار أكثر من إجابة بوضع إشارة x عند الاختيار المناسب) :

الرقم	الوسيلة الإعلامية	نمط التعرض				فترة التعرض			
		دائماً	أحياناً	نادراً	لا أتابع	فتـــرة الصباح	فتـــرة الظهيرة	فتـــرة العصر	فتـــرة المساء
13-1	التلفازالأرضي								
13-2	التلفاز الفضائي								
13-3	الصحف اليومية								
13-4	الصـــــــحف الأسبوعية								
13-5	المحطات الإذاعية								
13-6	الإنترنت								
13-7	المجلات								
13-8	الكتب								
13-9	دورالسينما								

14. لطفا حدد تقريباً عدد ساعات تعرضك لهذه الوسائل الإعلامية بوضع إشارة x عند الاختيار المناسب:

الرقم	الوسيلة الإعلامية	عدد ساعات التعرض				
		أقل من ساعتين	2-4 ساعات يومياً	أكثر من 4ساعات-6 ساعات يومياً	أكثر من 6ساعات-8 ساعات يومياً	لا أتابع

14-1	التلفاز الأرضي					
14-2	التلفاز الفضائي					
14-3	الصحف اليومية					
14-4	الصحف الأسبوعية					
14-5	المحطات الإذاعية					
14-6	الإنترنت					
14-7	المجلات					
14-8	الكتب					
14-9	دور السينما					

15. لطفاً أذكر أسماء ما يلي مرتباً حسب أولويته لديك :

الرقم	الوسائل الإعلامية	(1)	(2)	(3)	لا أتابع
15-1	ثلاث قنوات تلفزيونية مفضلة لديك				
15-2	ثلاث صحف يومية مفضلة لديك				
15-3	ثلاث صجف أسبوعية مفضلة لديك				
15-4	ثلاثة مواقع إلكترونية تفضل تصفحها				
15-5	ثلاث إذاعات مفضلة لديك				
15-6	ثلاث مجلات مفضلة لديك				

16. لطفاً حدد درجة تفضيلك للوسائل التالية بوضع إشارة x عند الاختيار المناسب:

الرقم	الوسائل	درجة التفضيل				
		أفضلها كثيراً	أفضلها	أفضلها إلى حد ما	لا أفضلها	لا أفضلها مطلقاً
16-1	الوسائل التقليدية مثل الصحف والإذاعة					
16-2	الوسائل الرقمية مثل الإنترنت والفضائيات					
16-3	وسائل الإعلام المحلية					

16-4	وسائل الإعلام العربية					
16-5	وسائل الإعلام الدولية الناطقة بالعربية (مثل قناة بي بي سي العربية)					
16-6	وسائل الإعلام الدولية الناطقة بلغات أجنبية					
16-7	القنوات العربية الترفيهية (مثل قنوات روتانا)					

17. بشكل عام، لماذا تتابع الوسائل الإعلامية (التلفزيون، الإذاعة، الصحف)؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة بوضع إشارة x عند الاختيار المناسب)

الرقم	الأسباب	الإجابة
17-1	لتمضية الوقت وملء وقت الفراغ	
17-2	للتسلية والترفيه	
17-3	لمتابعة البرامج الثقافية والحوارية المختلفة	
17-4	لاكتساب المعرفة والمعلومات	
17-5	لمتابعة الأخبار المحلية والعربية والدولية	
17-6	للمتابعة المباشرة للأحداث والأخبار والفعاليات المختلفة حال وقوعها	
17-7	للمشاركة وتبادل الآراء من خلال ما تتيحه هذه الوسائل من تفاعلية	
17-8	لسبب آخر (حدده):..	

18. لماذا تستخدم الإنترنت؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة بوضع إشارة x عند الاختيار المناسب)

الرقم	الأسباب	الإجابة
18-1	اكتساب معلومات جديدة	
18-2	التواصل مع الآخرين	
18-3	متابعة الأخبار من خلال مواقع الأخبار الألكترونية	
18-4	التسلية وتمضية وقت الفراغ	
18-5	التعرف على المستجدات في مجال تخصصك	
18-6	تبادل الرسائل من خلال البريد الإلكتروني	

18-7	للحصول على معلومات غير متاحة في الوسائل الإعلامية الأخرى	
18-8	متابعة مواقع ثقافية محددة	
18-9	للرجوع إلى قواعد المعلومات	

19. ما رأيك في ازدياد أعداد وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في الأردن وخارجه ؟

الرقم	الجمل الدالة على الاتجاه	موافق	محايد	غير موافق
19-1	إن ازدياد أعداد وسائل الاعلام التقليدية في الاردن ظاهرة سلبية غير مفيدة للمجتمع			
19-2	إن ازدياد أعداد وسائل الاعلام التقليدية في الأردن ظاهرة إيجابية مفيدة للمجتمع			
19-3	إن ازدياد أعداد وسائل الاعلام الرقمية في الأردن ظاهرة سلبية غير مفيدة للمجتمع			
19-4	إن ازدياد أعداد وسائل الإعلام الرقمية في الأردن ظاهرة إيجابية مفيدة للمجتمع			
19-5	إن ازدياد أعداد وسائل الاعلام الرقمية والتقليدية العربية ظاهرة سلبية			
19-6	إن ازدياد أعداد وسائل الاعلام التقليدية والرقمية العربية ظاهرة إيجابية			
19-7	ساهمت وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في نشر المعرفة في المجتمع على نطاق أوسع من السابق			
19-8	لم تساهم وسائل الاعلام التقليدية والرقمية في نشر المعرفة في المجتمع على نطاق أوسع من السابق			

20. ما الإشباعات المتحققة لك من متابعة الوسائل الإعلامية (التقليدية والرقمية) بشكل عام؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة بوضع إشارة x عند الاختيار المناسب)

الرقم	**الإشباعات**	تحققت تماماً	تحققت بدرجة متوسطة	لم تتحقق مطلقاً
20-1	ازدادت معرفتي ومعلوماتي			
20-2	منحتني الراحة والاسترخاء			
20-3	ساعدتني في زيادة تواصلي الاجتماعي			

			ساعدتني في التسلية وملء أوقات الفراغ	20-4
			ساعدتني في تشكيل آرائي واتجاهاتي حول العديد من الموضوعات والقضايا	20-5
			اكتسبت مهارات ومعلومات جديدة	20-6
			أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأحداث والأخبار الجارية	20-7
			ازدادت معرفتي بمجتمعي الأردني	20-8
			أصبحت أكثر قدرة على مناقشة موضوعات جديدة	20-9
			ازدادت معرفتي بالمجتمعات العربية والأجنبية	20-10
			جعلتني أكثر انفتاحاً على العالم من حولي	20-11
			تعرفت على وجهات النظر الأخرى المعارضة (أو غير المؤيده) للعديد من الموضوعات المطروحة	20-12

ختاماً أتوجه لكم بجزيل الشكر والتقدير لمساهمتكم في إثراء هذه الدراسة

الباحثة : منى أحمد المصري

0795035582

Muna_petra@hotmail.com

ملحق رقم (2)

تحكيم الاستبانة

تم إجراء اختبار الصدق لأداة جمع البيانات (الاستبانة) عن طريق تحكيم الاستبانة من قبل المختصين، وقد تم الأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم، وهم :

أ.د / عبد الرزاق الدليمي / أستاذ / كلية الاعلام / جامعة الشرق الأوسط

د / رائد البياتي / أستاذ مساعد / كلية الاعلام / جامعة الشرق الأوسط

د / كامل خورشيد / أستاذ مساعد / كلية الإعلام / جامعة الشرق الأوسط